

ГОЛОВА ВЧЕНОЇ РАДИ

_____ **В.А.ПАВЛОВА**
" ____ " _____ 2025 р.

РЕКТОР

_____ **С.Б. ХОЛОД**
" ____ " _____ 2025 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»

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

СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ *бакалавр*
(назва ступеня вищої освіти)

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ *D «Бізнес, адміністрування та право»*
(шифр та назва галузі знань)

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ *D5 Маркетинг*
(код та найменування спеціальності)

КВАЛІФІКАЦІЯ В ДИПЛОМІ *бакалавр маркетингу*

Затверджено на засіданні Вченої ради

Протокол № _____ від _____ 2025 р.

Освітня програма вводиться в дію з 01.09.2025 р.

(наказ № _____ від " ____ " _____ 2025 р.)

м. Дніпро
2025 р.

ПРЕАМБУЛА

I. Освітньо-професійну програму «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг, галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право», розроблено за Стандартом вищої освіти України, що затверджений наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р., №1343 з урахуванням наказу «Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти» від 13.06.2024 р. №842, на підставі Постанови Кабінету Міністрів України від 30.08.2024 р. №1021 «Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти,» з урахуванням рекомендацій стейкхолдерів та затверджено, затверджено та введено в дію рішенням Вченої ради Університету імені Альфреда Нобеля від _____ 2025 р., протокол № _____.

II. Розробники освітньо-професійної програми:

1. Мішустіна Т.С., канд. екон. наук, доцент (керівник робочої проєктної групи);
2. Тараненко І.В., д-р екон. наук, професор;
3. Дубницький В.І., д-р. екон. наук, професор;
4. Стрельченко І.І., д-р. екон. наук, доцент;
5. Яременко С.С., канд. екон. наук, доцент;
7. Шевченко В.М., канд. держ. упр., доцент;
8. Білоткач І.А., канд. екон. наук, доцент;
9. Овчаренко О.В., канд. екон. наук, доцент;

III. Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

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

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

ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ» ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ D 5 МАРКЕТИНГ

1 - Загальна інформація	
<i>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</i>	ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля», кафедра міжнародного маркетингу
<i>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</i>	Бакалавр. Бакалавр маркетингу. Bachelor in Marketing
<i>Офіційна назва освітньо-професійної програми</i>	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» за спеціальністю D5 Маркетинг
<i>Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми</i>	Тип диплому одиничний. На базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; термін навчання – 3 роки 10 місяців. На базі освітнього ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») Університет визнає та перезараховує кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): - спеціальностей галузей знань D «Бізнес, адміністрування та право», 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС. Мінімум 50% обсягу освітньої програми спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю.
<i>Наявність акредитації</i>	Міжнародна акредитація освітньої програми надана Агентством ZEvA (Central Evaluation and Accreditation Agency Hannover), Німеччина на період 28.07.2021р.-31.09.2027 р. (погоджено національним агентством із забезпечення якості вищої освіти, протокол №18 від 09.12.2021 р.). Спеціальність 075 Маркетинг акредитована МОН України. Сертифікат про акредитацію Серія УП № 04001668.
<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 ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» чи освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста. Результати навчання визначаються за додатком до документу про освіту, а також за результатами вступних випробувань, які передбачені чинними нормативними документами та Правилами прийому до Університету імені Альфреда Нобеля у рік вступу.
<i>Мова(и) викладання</i>	Українська, англійська
<i>Термін дії освітньо-професійної програми</i>	01.09.2025 – 30.06.2029
<i>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми</i>	www.duan.edu.ua

2 – Мета освітньо-професійної програми
Метою бакалаврської освітньо-професійної програми «Маркетинг» є підготовка інноваційно- та підприємницькі-орієнтованих фахівців нового покоління, здатних створювати цінність для бізнесу та суспільства через використання цифрових технологій, стратегічного мислення і соціальної відповідальності. Програма формує лідерів змін у сфері маркетингу, що діють глобально,

інтегруючи знання з маркетингових, аналітичних та креативних дисциплін, згідно зі стратегією розвитку Університету імені Альфреда Нобеля та європейськими стандартами якості освіти.	
3 - Характеристика освітньо-професійної програми	
<i>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))</i>	Загальна освіта в галузі D Бізнес, адміністрування та право за спеціальністю D5 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 D Бізнес, адміністрування та право за спеціальністю D5 Маркетинг. Ключові слова: маркетинг, міжнародний маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингові дослідження, маркетингове ціноутворення, маркетингові комунікації, маркетингові канали розподілу, інтернет маркетинг, реклама, PR, креативність, брендинг.
<i>Особливості програми</i>	Єдина в Україні бакалаврська програма «Маркетинг», відповідність якої європейським стандартам освіти засвідчено міжнародним акредитаційним сертифікатом агентства ZEvA (Central Evaluation and Accreditation Agency Hannover), Німеччина. В рамках освітньо-професійної програми впроваджена концепція бізнес-орієнтованої освіти, спрямованої на інтеграцію освітнього процесу та бізнесу, забезпечено участь фахівців-практиків у розробці та реалізації освітньо-професійної програми. Посилена підготовка з іноземної мови, що забезпечує академічну мобільність і конкурентоспроможність випускників на глобальному ринку праці. Викладання ведеться українською та англійською мовами (україномовна та англійськомовна навчання) Передбачено гнучкі індивідуальні траєкторії навчання , вибіркові блоки за напрямками професійного спрямування. Практична орієнтованість підтримується через тісний зв'язок з практиками як на щорічному заході Marketing Challenge Week так і залучення практиків до викладання освітніх компонент, врахування їх рекомендацій під час розробки та реалізації освітньої програми. Програма включає освітні компоненти та компетентності , які: відповідають запиту роботодавців на відповідальних фахівців із креативним, критичним і аналітичним мисленням . Програма передбачає набуття здобувачами компетентностей, необхідних для реалізації принципів сталого розвитку «The United Nations «Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development»: «Ціль 8. Сприяти стійкому, інклюзивному та сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній роботі для всіх».
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 маркетингу може займати первинні посади відповідно до професійних назв робіт за: "Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010": 1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу

	1475.4 Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю 1475.4 Менеджер (управитель) із збуту 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами 2419.2 Консультант з маркетингу 2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою 2419.2 Економіст із збуту 2441.2 Економіст із ціноутворення 3419 Організатор із збуту 3429 Агент рекламний 3429 Представник з реклами
Подальше навчання	Можливість продовження навчання за другим (магістерським) рівнем вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання (лекції, практичні заняття, самостійна робота здобувачів, індивідуальна робота з викладачем, кейс стаді, проектна робота); бізнес-орієнтоване навчання (воркшопи, майстер класи фахівців-практиків, виробнича практика)
Оцінювання	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.
6 - Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	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

Загальні компетенції (ЗК)	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.	ЗК1
	ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства та основи розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.	ЗК2
	ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.	ЗК3
	ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.	ЗК4
	ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.	ЗК5
	ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.	ЗК6
	ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.	ЗК7
	ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.	ЗК-8
	ЗК9. Навички використання інформаційних комунікаційних технологій.	ЗК9
	ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.	ЗК10
	ЗК11. Здатність працювати в команді.	ЗК11
	ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).	ЗК12
	ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.	ЗК13
	ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.	ЗК14
	ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.	ЗК15
	ЗК16. Здатність працювати у високодинамічному цифровому середовищі з використанням сучасних технологій аналітики, автоматизації та візуалізації маркетингових даних.	ЗК16
	ЗК17. Здатність критично осмислювати соціальні, культурні, економічні та технологічні зміни та адаптувати маркетингову діяльність до викликів майбутнього.	ЗК17
	ЗК18. Здатність виконувати конституційний обов'язок щодо захисту Вітчизни, незалежності та територіальної цілісності України.	ЗК18
	ЗК19. Здатність проявляти високий рівень патріотичної налаштованості та відданості українському народові	ЗК19

Спеціальні (фахові) компетенції	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані базові знання предметної області маркетингу.	СК1
	СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.	СК2
	СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.	СК3
	СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.	СК4
	СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.	СК5
	СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.	СК6
	СК7. Здатність визначити вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.	СК7
	СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.	СК8
	СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.	СК9
	СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.	СК10
	СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначити особливості функціонування ринків	СК11
	СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.	СК12
	СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.	СК13
	СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.	СК14
	СК15. Здатність інтегрувати принципи сталого розвитку, етики, відповідальності у маркетингову діяльність підприємства.	СК15
	СК16. Здатність впроваджувати інструменти штучного інтелекту (AI) для оптимізації маркетингових рішень.	СК16
	СК17. Здатність формувати багатоканальні (omnichannel) маркетингові кампанії з персоналізованим підходом до цільової аудиторії.	СК17
	СК18. Здатність розробляти та презентувати креативні маркетингові концепції.	СК18
7 - Програмні результати навчання		
РН1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	
РН2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	
РН3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	
РН4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного і методичного інструментарію.	
РН5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.	

RH6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності економічного суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники що характеризують результативність такої діяльності.
RH7	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження сучасної маркетингової діяльності і практичного застосування маркетингового інструментарію.
RH8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності економічного суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін ринкового середовища.
RH9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
RH10	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
RH11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
RH12	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	<i>RH19. Усвідомлювати сутність та зміст макро- та мікросередовища маркетингу, основи сегментування ринку, вибору цільових сегментів та позиціонування, структурні елементи комплексу маркетингу підприємства, основи формування товарної, цінової, комунікаційної та розподільчої політики, теоретичні основи організації та здійснення маркетингових досліджень, принципи організації маркетингової діяльності.</i>
RH20	<i>RH20. Демонструвати знання інструментів і технологій маркетингу в різних сферах діяльності, на споживчих та промислових, в т.ч. міжнародних, ринках.</i>
RH21	<i>RH21. Використовувати знання професійної та практичної підготовки з маркетингу для моніторингу основних характеристик маркетингового середовища, при проведенні маркетингових досліджень, сегментування ринку та позиціонування товару/послуги на ринку, формуванні товарної, цінової, комунікаційної та розподільчої політики та організації маркетингової діяльності, представляти результати у форматі публічного захисту, презентації або пітчу.</i>
RH22	<i>RH22. Ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.</i>
RH23	<i>RH23. Інтегрувати принципи сталого розвитку, етичної відповідальності та соціального впливу в маркетингові стратегії.</i>
RH24	<i>RH24. Розробляти та тестувати маркетингові гіпотези, використовуючи методи AI-аналітики.</i>
RH25	<i>RH25. Створювати омніканальні кампанії з урахуванням цифрової поведінки споживача, алгоритмів платформ і трендів.</i>
RH26	<i>RH26. Має готовність діяти як патріот України.</i>
RH27	<i>RH27. Знає свій конституційний обов'язок і має готовність захищати Україну.</i>

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
<i>Кадрове забезпечення</i>	Освітній процес забезпечений висококваліфікованими науково-педагогічними працівниками у відповідності до ліцензійних умов. Частка науково-педагогічних працівників з науковими ступенями та вченими званнями, які забезпечують проведення лекцій з навчальних дисциплін, складає 95%; частка докторів наук, які проводять лекції з навчальних дисциплін, складає 22,5%. Всі викладачі, що забезпечують освітній процес, відповідають не менше ніж 5 пунктам кадрових вимог ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти, регулярно підвищують свою кваліфікацію, є визнаними професіоналами з досвідом практичної, дослідницької, управлінської, інноваційної або творчої роботи за фахом. Викладачі, що забезпечують викладання англійською мовою, мають підтверджуючі кваліфікаційні документи. До викладання дисциплін професійної підготовки залучаються практики.
<i>Матеріально-технічне забезпечення</i>	Випускова кафедра міжнародного маркетингу розташована на 6-ому поверсі 2-го навчального корпусу. Вона має необхідні приміщення для професорсько-викладацького складу, аудиторії для проведення практичних та семінарських занять, при необхідності використовуються спеціалізовані лекційні аудиторії з мультимедійним обладнанням. Контроль знань здобувачів здійснюється в автоматизованій системі тестування внутрішньої електронної мережі Університету. Крім цього, є тематичні кабінети; комп'ютерні класи; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; мультимедійне обладнання; спортивний зал; пункти харчування; гуртожитки.
<i>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</i>	Всі освітні компоненти забезпечені підручниками і навчальними посібниками, навчально-методичними розробками, практикумами, методичними вказівками на 100%. Цілий ряд навчальних посібників, у т. ч. з грифом МОН України, підготовлено викладачами ЗВО. Навчально-методичне забезпечення дисциплін за структурою і змістом відповідає вимогам. Навчально-методичне забезпечення представлено на електронному ресурсі – ftp сервері та в Google classroom. В університеті є доступ з офіційного сайту закладу до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою, зокрема бази JSTOR та електронної бібліотеки Університету Уельсу. В освітньому процесі використовуються стандартне програмне забезпечення та спеціалізовані програмні оболонки, зокрема, 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 внутрішньої академічної мобільності проходити у ЗВО-партнерах (в межах науково-освітнього консорціуму) окремі курси, навчатися протягом семестру з подальшим визнанням отриманих результатів та зарахуванням кредитів. Принципи академічної мобільності визначаються законодавством України.
<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. Іноземні здобувачі мають можливість вивчати всі дисципліни англійською мовою. НПП володіють англійською мовою на рівні B2, що підтверджено відповідними дипломами і сертифікатами.

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

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

- вибіркові загальні компоненти;
- вибіркові професійні компоненти.

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

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

2.1. Перелік компонент ОПП

Таблиця 1

Код о/к	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
1. Обов'язкові компоненти ОПП			
1.1. Цикл загальної підготовки			
ОК 1.1.1	Українська ідентичність: історія, культура	3	залік
ОК 1.1.2	Українська ідентичність: стилістика та культура мови / Ділова українська мова	3	залік
ОК 1.1.3	Іноземна мова	12	залік, залік
ОК 1.1.4	Інформаційні та комунікаційні технології	3	залік
ОК 1.1.5	Бізнес-математика	8	екзамен
ОК 1.1.6	Бізнес-економікс: Основи економіки	4	екзамен
ОК 1.1.7	Бізнес-економікс: Мікроекономіка	4	екзамен
ОК 1.1.8	Бізнес-економікс: Макроекономіка	4	екзамен
ОК 1.1.9	Основи цивільного захисту та охорона праці	3	залік
1.2. Цикл професійної підготовки			
ОК 1.2.1	Основи прийняття креативних рішень в маркетингу	4	залік
ОК 1.2.2	Маркетинг	9	екзамен
ОК 1.2.3	Маркетинг (Курсова робота)	1	
ОК 1.2.4	Менеджмент	4	екзамен
ОК 1.2.5	Реклама і рекламна діяльність	4	залік
ОК 1.2.6	Комплекс маркетингу (Маркетингова товарна політика)	4	екзамен
ОК 1.2.7	Комплекс маркетингу (Маркетингова товарна політика: Курсова робота)	1	
ОК 1.2.8	Статистичні методи аналізу в бізнесі	4	екзамен
ОК 1.2.9	Маркетингова аналітика (Оптимізаційні методи та моделі. Економетрика)	4	екзамен
ОК 1.2.10	Фінанси в бізнесі (Фінанси, гроші та кредит. Фінанси підприємства)	4	екзамен
ОК 1.2.11	Маркетинг послуг	4	екзамен
ОК 1.2.12	Маркетингові дослідження	4	екзамен
ОК 1.2.13	Маркетингові дослідження (Курсова робота)	1	
ОК 1.2.14	Маркетингова політика розподілу. Логістика	5	екзамен
ОК 1.2.15	Маркетинговий облік, контроль і аудит	5	екзамен

ОК 1.2.16	Маркетинг промислового підприємства	4	екзамен
ОК 1.2.17	Інтернет-маркетинг	4	екзамен
ОК 1.2.18	Інтернет-маркетинг (Курсова робота)	1	
ОК 1.2.19	Комплекс маркетингу (Маркетингові комунікації)	3	екзамен
ОК 1.2.20	Міжнародний маркетинг	4	екзамен
ОК 1.2.21	Комплекс маркетингу (Маркетингове ціноутворення)	5	екзамен
ОК 1.2.22	Поведінка споживача	4	екзамен
2. Практичні компоненти ОПП			
ПК 2.1	Нобелівські студії: Маркетинг. Лабораторія ідей	6	залік
ПК 2.2	Виробнича практика	4	залік
ПК 2.3	Комплексна практика з фаху	7	залік
ПК 2.4	Кваліфікаційна бакалаврська робота	6	атестація
ПК 2.5	Захист кваліфікаційної бакалаврської роботи	1	атестація
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		151 кред. / 4530 год.	
3. Вибіркові компоненти ОПП			
3.1. Цикл загальної підготовки ВЗП*			
ВК 3.1.1	Вибірковий компонент 1	4	залік
ВК 3.1.2	Вибірковий компонент 2	4	залік
ВК 3.1.3	Вибірковий компонент 3 / Базова загальнонавчальна підготовка	3	залік
ВК 3.1.4	Вибірковий компонент 4	4	залік
ВК 3.1.5	Вибірковий компонент 5	4	залік
ВК 3.1.6	Вибірковий компонент 6	4	залік
ВК 3.1.7	Ділова іноземна мова	21	залік
3.2. Цикл професійної підготовки ВПП**			
Вибірковий блок 1 (професійне спрямування «Маркетинг»)**			
ВК 3.2.1.1	Маркетингові основи підприємницької діяльності	5	залік
ВК 3.2.1.2	Сучасні технології маркетингу (AI в маркетингу)	4	залік
ВК 3.2.1.3	Сучасні технології маркетингу (Управління продажами)	4	залік
ВК 3.2.1.4	Сучасні технології маркетингу (Аналіз та візуалізація даних в маркетингу)	4	залік
ВК 3.2.1.5	Створення і управління власним бізнесом	4	залік
Вибірковий блок 2 (професійне спрямування «Маркетинг: Міжнародний Маркетинг»)			
ВК 3.2.2.1	Сучасні технології маркетингу (AI в маркетингу)	5	залік
ВК 3.2.2.2	Регіональні економічні студії і регіональний маркетинг	4	залік
ВК 3.2.2.3	Міжнародні економічні відносини	4	залік
ВК 3.2.2.4	Диджитал маркетинг	4	залік
ВК 3.2.2.5	PR в міжнародних відносинах	4	залік
Вибірковий блок 3 (професійне спрямування «Маркетинг: Диджитал маркетинг»)			
ВК 3.2.3.1	Сучасні технології маркетингу (Інтернет-аналітика та AI)	5	залік
ВК 3.2.3.2	Сучасні технології маркетингу (Таргетинг)	4	залік
ВК 3.2.3.3	Сучасні технології маркетингу (Основи електронної комерції)	4	залік
ВК 3.2.3.4	Сучасні технології маркетингу (Рекламні диджитал технології)	4	залік
ВК 3.2.3.5	Сучасні технології маркетингу (WEB-дизайн)	4	залік
Вибірковий блок 4 (професійне спрямування «Маркетинг: AI маркетинг та нейрореклама»)			
ВК 3.2.4.1	Сучасні технології маркетингу (Брендинг)	5	залік

БК 3.2.4.2	Сучасні технології маркетингу (АІ в маркетингу)	4	залік
БК 3.2.4.3	Основи бізнес-комунікації (SMM)	4	залік
БК 3.2.4.4	Сучасні технології маркетингу (Нейрореклама)	4	залік
БК 3.2.4.5	Сучасні технології маркетингу (Рекламний бізнес)	4	залік
Вибіркові освітні компоненти циклу професійної підготовки			
БК 3.2.1	Сучасні технології маркетингу (Брендинг)	3	залік
	Друга іноземна мова		
	Сучасні технології маркетингу (Копірайтинг)		
	Основи бізнес комунікації (Ділові комунікації)		
	Психологія маркетингу		
	Психологія особистості в маркетингу		
БК 3.2.2	Основи бізнес-комунікацій (Комп'ютерна графіка і комунікативний дизайн)	4	залік
	Друга іноземна мова		
	Основи маркетингового управління (Маркетингові основи підприємницької діяльності)		
	Дизайн мислення в бізнесі		
	Основи бізнес-комунікації (Історія та психологія реклами)		
	Основи маркетингового управління (Інфраструктура і тенденції розвитку сучасних товарних ринків)		
	Сучасні технології маркетингу (Іміджмейкінг)		
БК 3.2.3	Сучасні технології маркетингу (Маркетинг в соціальних мережах)	4	залік
	Друга іноземна мова		
	Основи бізнес-комунікації (Історія реклами)		
	Сучасні технології маркетингу (Копірайтинг)		
	Побудова особистого бренду		
	Військовий маркетинг		
	Маркетингові комунікації II (Таргетинг. Медіапланування)		
БК 3.2.4	Сучасні технології маркетингу (Рекламні технології)	3	залік
	Друга іноземна мова		
	Іноземна мова професійного спрямування		
	Сучасні технології маркетингу (Аналіз та візуалізація даних в маркетингу)		
	Сучасні технології маркетингу (Управління продажами)		
	Теорія організацій		
	Сучасні технології маркетингу (Паблік рилейшнз)		
БК 3.2.5	Територіальний маркетинг	3	залік
	Іноземна мова професійного спрямування		
	Друга іноземна мова		
	Регіональні економічні студії і регіональний маркетинг		
	Європейські стратегії		
	Основи ЗЕД підприємства		

	PR в міжнародних відносинах		
ВК 3.2.6	Корпоративна соціальна відповідальність	4	залік
	Сучасні технології маркетингу (Рекламний бізнес)		
	Основи маркетингового управління (Маркетингове управління конкурентоспроможністю)		
ВК 3.2.7	Іноземна мова для професійного спрямування	3	залік
	Друга іноземна мова		
	Підприємництво та підприємницька діяльність		
	Економічні основи бізнесу і маркетингу (Економіка підприємства. Підприємництво)		
	HR менеджмент		
Загальний обсяг вибірових компонент:		89 кред. / 2670 год	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		240 кред. / 7200 год.	

**Здобувач обирає із запропонованого переліку вибірових компонент циклу загальної підготовки.*

*** Здобувач обирає блок 1, блок 2, блок 3 або блок 4 ВК залежно від обраного ним професійного спрямування ОПП.*

****Здобувачам усіх професійних спрямувань пропонуються ВК циклу професійної підготовки.*

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 А).

3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми *Маркетинг* зі спеціальності *D5 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»

	IK	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	ЗК 16	ЗК 17	ЗК 18	ЗК 19	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	СК 17	СК 18	
PH 1							+														+	+									+								
PH 2				+			+	+	+	+								+					+						+				+						
PH 3								+						+			+	+						+					+	+								+	
PH 4									+	+							+	+					+			+	+							+		+			
PH 5				+			+										+								+	+					+		+				+		
PH 6				+			+	+	+															+	+	+	+							+					
PH 7										+							+														+	+	+				+	+	
PH 8				+	+		+	+									+	+			+				+					+	+			+		+	+	+	
PH 9							+	+									+												+				+	+	+		+		
PH 10									+	+	+					+								+										+	+	+		+	
PH 11				+			+	+					+					+							+	+		+				+	+	+					
PH 12					+			+				+						+					+		+													+	
PH 13						+								+														+						+					
PH 14					+	+		+				+												+										+	+			+	
PH 15		+	+										+	+	+		+															+				+			
PH 16					+		+						+		+		+							+	+									+					
PH 17											+										+										+								
PH 18		+	+										+	+		+																		+		+			
PH 19							+										+				+	+				+													
PH 20								+	+					+	+								+			+		+	+	+						+			
PH 21								+	+	+			+	+	+		+	+						+	+	+		+	+	+	+	+	+	+				+	
PH 22		+	+			+							+	+	+	+																			+				
PH 23		+		+				+				+			+			+					+		+			+						+		+		+	
PH 24				+	+			+	+	+					+						+				+	+	+	+		+			+		+		+		
PH 25				+			+	+	+	+														+	+			+					+				+	+	
PH 26																				+	+																		
PH 27																																							

Скорочення:

ІК – інтегральна компетентність

СК - спеціальні (фахові) компетентності

ЗК - загальні компетентності

РН - результати навчання

Таблиця 3. Матриця «Освітні Компоненти-Результати»

Освітні компоненти / Результати	PH1 (ЗК6, СК1, СК2, СК12)	PH2 (ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК8, ЗК9, ЗК17, СК3, СК11, СК14)	PH3 (ЗК7, ЗК13, ЗК16, ЗК17, СК4, СК9, СК10, СК17)	PH4 (ЗК8, ЗК9, ЗК16, ЗК17,, СК3, СК6, СК7, СК14, СК16)	PH5 (ЗК3, ЗК6, ЗК9, ЗК16, СК6, СК8, СК12, СК14, СК17)	PH6 (ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК8, СК4, СК5, СК7, СК14)	PH7 (ЗК9, ЗК16, СК10, СК11, СК12, СК16, СК1, СК5, СК9, СК10, СК13, СК16, СК17, СК18)	PH8 (ЗК3, ЗК4, ЗК6, ЗК7, ЗК16, ЗК17, СК1, СК5, СК9, СК10, СК13, СК16, СК17, СК18)	PH9 (ЗК6, ЗК7, ЗК16, СК8, СК12, СК13, СК14, СК16)	PH10 (ЗК8, ЗК9, ЗК10, ЗК15, СК3, СК13, СК14, СК15, СК18)	PH11 (ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК12, ЗК17, СК3, СК5, СК6, СК8, СК12, СК13, СК14)	PH12 (ЗК4, ЗК7, ЗК11, ЗК17, СК3, СК5, СК18)	PH13 (ЗК5, ЗК14, СК8, СК14)	PH14 (ЗК4, ЗК5, ЗК7, ЗК11, СК4, СК14, СК15, СК18)	PH15 (ЗК1, ЗК2, ЗК13, ЗК14, ЗК15, ЗК17, ЗК13, ЗК17)	PH16 (ЗК4, ЗК6, ЗК14, ЗК16, СК4, СК5, СК14)	PH1 7 (ЗК1 0, СК1, СК1 2)	PH1 8 (ЗК1 3, ЗК14 3, ЗК15 3, ЗК17 5, СК1 7)	PH1 9 (ЗК6 3, ЗК16 3, СК1, СК2, СК7)	PH2 0 (ЗК7 3, ЗК8, ЗК13 3, ЗК14 3, СК3, СК6, СК9, СК1 0,СК 11, СК1 6)	PH21 (ЗК7, ЗК8, ЗК9, ЗК12, ЗК13, ЗК14, ЗК16, ЗК17, СК4, СК5, СК6, СК9, СК10, СК11, СК12, СК13, СК14, СК18)	PH 22 (PH 22 (	PH 23 (ЗК1 3, ЗК3, ЗК7, ЗК11 3, ЗК14 3, ЗК17 3, СК3, СК5, СК8, СК1 3СК 15С К17 К1 8	PH 24 3К3, ЗК4, ЗК6, ЗК7, ЗК8, ЗК 16 СК2, СК5, СК6, СК7, СК9, СК1 1СК 14С К16	PH 25 3К3, ЗК5, ЗК6, ЗК7, ЗК8, ЗК9, СК4, СК5, СК8, СК1 0СК 13С К17 К1 8	PH 26 (ЗК 18, ЗК 19)	PH 27 (ЗК 18, ЗК 19)	
Обов'язкові освітні компоненти																												
Українська ідентичність: історія, культура	+														+			+	+	+	+					+	+	
Українська ідентичність:сти лістика та культура мови / Ділова українська мова	+														+			+	+	+								
Іноземна мова	+																	+	+									
Інформаційні та комунікаційні технології	+	+								+		+									+							
Бізнес- математика	+	+								+		+		+							+							
Бізнес- економікс: Основи економіки	+	+		+				+													+							
Бізнес- економікс: Мікроекономіка		+		+			+	+				+									+							
Бізнес- економікс: Макроекономіка				+							+						+		+		+							

Основи цивільного захисту та охорона праці												+	+			+						+						
Основи прийняття креативних рішень							+		+		+											+						
Маркетинг			+	+	+	+			+				+				+			+		+	+					
Маркетинг (Курсова робота)			+						+	+		+					+			+		+	+					
Менеджмент		+					+					+			+		+	+										
Реклама і рекламна діяльність					+			+				+	+	+								+		+				
Комплекс маркетингу (Маркетингова товарна політика)					+	+			+	+	+	+		+			+					+	+					
Комплекс маркетингу (Маркетингова товарна політика: Курсова робота)					+	+			+	+	+	+		+					+		+	+						
Статистичні методи аналізу в бізнесі		+					+		+	+		+							+									
Маркетингова аналітика (Оптимізаційні методи та моделі. Економетрика)		+					+	+	+										+			+						
Фінанси в бізнесі (Фінанси, гроші та кредит. Фінанси підприємства)		+					+	+		+		+				+		+			+							
Маркетинг послуг						+			+	+		+	+	+			+					+		+				
Маркетингові дослідження						+			+	+	+	+	+		+								+					
Маркетингові дослідження (Курсова робота)					+				+	+	+	+	+				+			+			+					

Маркетингова політика розподілу. Логістика					+	+			+			+	+		+			+						+			
Маркетинговий облік, контроль і аудит		+						+			+			+					+								
Маркетинг промислового підприємства			+			+		+	+		+	+	+									+	+				
Інтернет маркетинг					+	+		+	+		+	+		+								+	+	+			
Інтернет маркетинг(Курс ова робота)					+	+		+	+		+	+		+								+	+	+			
Комплекс маркетингу (Маркетингові комунікації)						+			+			+	+		+							+	+	+			
Міжнародний маркетинг			+								+			+					+			+	+	+			
Комплекс маркетингу (Маркетингове ціноутворення)		+	+					+	+				+		+								+				
Поведінка споживача			+								+			+					+			+	+	+			
Нобелівські студії: Маркетинг. Лабораторія ідей						+			+	+		+	+	+			+		+	+	+						
Виробнича практика	+		+	+			+			+		+	+	+		+				+			+	+			
Кваліфікаційна бакалаврська робота	+	+	+	+	+		+			+	+	+			+	+		+	+	+		+	+	+			
	PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	PH9	PH10	PH11	PH12	PH13	PH14	PH15	PH 16	PH 17	PH 18	PH 19	PH 20	PH 21	PH 22	PH 23	PH 24	PH 25	PH 26	PH 27
Вибірковий блок 1 (професійне спрямування «Маркетинг»)																											
Маркетингові основи підприємницької діяльності	+	+	+			+				+		+									+						
Сучасні технології маркетингу (AI	+		+				+	+				+	+		+			+				+	+				

[illegible]

<i>спрямування «Маркетинг: Диджитал маркетинг»)</i>																										
Сучасні технології маркетингу (Інтернет- аналітика та AI)																										
Сучасні технології маркетингу (Таргетинг)																										
Сучасні технології маркетингу (Основи електронної комерції)																										
Сучасні технології маркетингу (Рекламні диджитал технології)																										
Сучасні технології маркетингу (WEB-дизайн)	+		+	+		+	+			+		+			+							+	+			
<i>Вибірковий блок 4 (професійне спрямування «Маркетинг: AI маркетинг та нейрореклама»)</i>																										
Сучасні технології маркетингу (Брендинг)																										
Сучасні технології маркетингу (AI в маркетингу)	+		+				+	+				+	+		+			+				+	+			

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.		?	?	?			?	?	
<i>ЗК16. Здатність працювати у високодинамічному цифровому середовищі з використанням сучасних технологій аналітики, автоматизації та візуалізації маркетингових даних.</i>	?			?		?	?		
<i>ЗК17. Здатність критично осмислювати соціальні, культурні, економічні та технологічні зміни та адаптувати маркетингову діяльність до викликів майбутнього.</i>		?	?		?			?	?
<i>ЗК18.Здатність виконувати конституційний обов'язок щодо захисту Вітчизни, незалежності та територіальної цілісності України.</i>		?			?			?	
<i>ЗК19.Здатність проявляти високий рівень патріотичної налаштованості та відданості українському народові</i>		?			?			?	
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.		?		?		?	?		
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	?	?					?	?	
СК15. Здатність інтегрувати принципи сталого розвитку, етики, відповідальності у маркетингову діяльність підприємства.					?			?	
СК16. Здатність впроваджувати інструменти штучного інтелекту (AI) для оптимізації маркетингових рішень..		?		?					
СК17. Здатність формувати багатоканальні (omnichannel) маркетингові кампанії з персоналізованим підходом до цільової аудиторії.			?	?			?		?
СК18. Здатність розробляти та презентувати креативні маркетингові концепції.					?	?	?		?

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 порядок визнання Університетом імені Альфреда Нобеля результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти, Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти, 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 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 BAS "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 Б) відображено у Положенні про організацію освітнього процесу Університету імені Альфреда Нобеля

5. Практика здобувачів

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

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

Таблиця 5

№ з/п	Вид практики (семестр, в якому проводиться практика)	Кількість кредитів (тривалість практики в год.)	Заплановані результати	Зміст практики	Звітність
1.	Виробнича практика (6 семестр)	4 кред. 120 год.	РН1, РН3, РН4, РН7, РН10, РН12, РН13, РН 14, РН 16	Визначається переліком і тематикою навчальних дисциплін, які є обов'язковими, та включає: - збір матеріалів для виконання індивідуального завдання; - ознайомлення з літературою, періодикою, вивчення сучасних тенденцій з заданої проблеми в Україні та за кордоном, виконання індивідуального завдання; - виконання виробничих завдань на підприємстві (на базі практики) - систематизація даних, зібраних у процесі практики; - складання звіту з практики	До складу Звіту з виробничої практики входять: - щоденник практики; - титульний аркуш; - зміст; - основний текст; - індивідуальне завдання; - висновки; - використана література
2.	Комплексна практика з фаху (8 семестр)	7 кред. 210 год.	РН1, РН3, РН4, РН7, РН10, РН12, РН13, РН 14, РН 16,	Визначається переліком і тематикою навчальних дисциплін, які є	До складу Звіту з виробничої практики входять:

			PH 18, PH 19, PH 20, PH 21, PH 25	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,
доцент кафедри міжнародного маркетингу,
канд. екон. наук, доцент

С.С. ЯРЕМЕНКО

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	Маркетингова аналітика (Оптимізаційні методи та моделі. Економетрика)	Маркетинговий облік, контроль і аудит	Маркетинг промислового підприємства	Іноземна мова професійного спрямування
Українська ідентичність: історія, культура	Основи цивільного захисту та охорона праці	Мікроекономіка	Макроекономіка	Фінанси в бізнесі (фінанси, гроші та кредит. Фінанси підприємства)	Маркетингова політика розподілу. Логістика	Сучасні технології маркетингу (Інтернет маркетинг)	Комплекс маркетингу (Маркетингове ціноутворення)
Інформаційні та комунікаційні технології	Бізнес математика	Сучасні технології маркетингу (Реклама і рекламна діяльність)	Ділова іноземна мова	Маркетинг послуг	Ділова іноземна мова	Курсова робота (Сучасні технології маркетингу (Інтернет маркетинг))	Поведінка споживача
Бізнес математика	Маркетинг	Комплекс маркетингу (Маркетингова товарна політика)	Вибіркова дисципліна загальної підготовки 3	Ділова іноземна мова	Вибіркова дисципліна загальної підготовки 5	Міжнародний маркетинг	Основи маркетингового управління (Корпоративна соціальна відповідальність)
Нобелівські студії: маркетинг. Лабораторія ідей	Курсова робота (Маркетинг)	Ділова іноземна мова	Основи бізнес-комунікації (Комп'ютерна графіка і комунікативний дизайн)	Вибіркова дисципліна загальної підготовки 4	Сучасні технології маркетингу (Аналіз та візуалізація даних в маркетингу)	Іноземна мова професійного спрямування	Комплексна практика з фаху
Українська ідентичність: стилістика та культура мови / Ділова українська мова	Вибіркова дисципліна загальної підготовки 1	Вибіркова дисципліна загальної підготовки 2	Сучасні технології маркетингу (AI в маркетингу)	Сучасні технології маркетингу (Маркетинг в соціальних мережах)	Сучасні технології маркетингу (Управління продажами)	Територіальний маркетинг	Кваліфікаційна бакалаврська робота
Бізнес-економіка: Основи економіки	Основи прийняття креативних рішень в маркетингу	Сучасні технології маркетингу (Брендинг)	Маркетингові основи підприємницької діяльності	Маркетингові дослідження	Виробнича практика	Створення і управління власним бізнесом	Захист кваліфікаційної бакалаврської роботи
		Курсова робота (Комплекс маркетингу (Маркетингова товарна політика))		Курсова робота (Маркетингові дослідження)		Комплекс маркетингу (Маркетингові комунікації)	
						Вибіркова дисципліна загальної підготовки 6	

Обов'язкові дисципліни загальної підготовки

Обов'язкові дисципліни професійної підготовки

Вибіркові дисципліни загальної підготовки

Вибіркові дисципліни професійної підготовки



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

Умовні позначення:

 підпорядкування
 комунікації