



Alfred Nobel
University

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

ГОЛОВА ВЧЕНОЇ РАДИ


В.А.ПАВЛОВА

" 09 " липень 2025 р.

РЕКТОР


С.Б. ХОЛОД

" 09 " липень 2025 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ: *перший рівень вищої освіти*

СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ *бакалавр*

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ *D Бізнес, адміністрування та право*

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ *D5 Маркетинг*

КВАЛІФІКАЦІЯ В ДИПЛОМІ *бакалавр маркетингу*

Затверджено
на засіданні Вченої ради
Протокол № 6 від " 24 " 06 2025 р.
(наказ № 219 -ОД від " 09 " 07 2025 р.)

м. Дніпро
2025 р.

ПРЕАМБУЛА

I. Освітньо-професійну програму «Е-commerce» 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 Міністерства освіти і науки України від 13.06.2024 р. № 842 «Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти»), та відповідно до Постанови КМУ від 30 серпня 2024 р. № 1021 «Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти», за запитами стейкхолдерів, затверджено та введено в дію рішенням Вченої ради Університету імені Альфреда Нобеля від «_» червня 2025 р., протокол № _.

II. Розробники освітньо-професійної програми:

1. Стрельченко І.І., д-р екон. наук, доцент (керівник робочої проектної групи);
2. Тараненко І.В., д-р екон. наук, професор;
3. Мішустіна Т.С., канд. екон. наук, доцент;
4. Овчаренко О.В., канд. екон. наук, доцент;
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».
4. Очигава С. засновник, CEO агенцій інтернет маркетингу «Highwaytotop», co-founder digital agency KissMyAds.

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 D5 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 D5 Маркетинг
<i>Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми</i>	Одиничний 240 кредитів ЄКТС, 3 роки 10 міс.
<i>Наявність акредитації</i>	Сертифікат МОН України про акредитацію спеціальності «Маркетинг» Серія УП № 04001668
<i>Цикл / рівень</i>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, 6 рівень НРКУ України
<i>Передумови (вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, та результатів їх навчання)</i>	Наявність документа про загальну середню освіту або диплома освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого на базі 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 галузі знань D5 «Бізнес, адміністрування та право», а також спеціальності C1 «Економіка та міжнародні економічні відносини (за спеціалізаціями)» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС. - на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» Університет визнає та перезараховує не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти. 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 «E-commerce» за спеціальністю D5 «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>	D Бізнес, адміністрування та право 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: e-commerce, цифровий маркетинг, електронні платіжні системи, e-ритейл, UI/UX дизайн, міжнародний маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингові дослідження, маркетингове ціноутворення, маркетингові комунікації, цифрові канали продажу, штучний інтелект, креативність, брендинг.
<i>Особливості програми</i>	Освітньо-професійна програма спрямована на підготовку фахівців нового покоління, здатних здійснювати проектування, запуск, управління та розвиток електронного бізнесу в умовах цифрової трансформації економіки. Програма орієнтована на формування ключових цифрових та підприємницьких компетентностей, необхідних для ефективного функціонування у сфері електронної комерції, маркетплейсів, електронного маркетингу та аналітики продажів. Програма реалізує концепцію інтеграції освіти з бізнесом через залучення фахівців-практиків до розробки та викладання освітніх компонентів, проведення практико-орієнтованих занять, участь здобувачів в освітніх проєктах, бізнес-симуляціях, та роботі над проєктами ц сфері e-commerce. Особливістю програми є включення авторських освітніх компонентів, орієнтованих на розвиток креативного, критичного та аналітичного мислення, цифрових навичок та підприємницької ініціативи. Освітній процес забезпечує формування здатності до міждисциплінарного мислення, ефективної взаємодії з цифровими інструментами торгівлі, аналізу ринку, управління онлайн-продажами та впровадження інноваційних моделей бізнесу. Освітня програма передбачає: • вивчення фахових дисциплін із використанням сучасних e-commerce платформ і технологій; • активне використання кейс-методів, бізнес-симуляцій, командної роботи над стартапами; • можливість формувати індивідуальні освітні траєкторії завдяки широкому спектру вибіркових дисциплін, зокрема: UX/UI-дизайн, основи систем e-ритейлу, логістика, цифровий маркетинг, SEO та реклама в соціальних мережах. Програма посилена підготовкою з іноземної мови, що забезпечує академічну мобільність та конкурентоспроможність випускників на національному та міжнародному ринку праці. 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. Сприяння стійкому, інклюзивному та сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній роботі для всіх».

4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

Придатність до працевлаштування	Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (комерційні, некомерційні, державні, муніципальні); органи державного та муніципального управління; структури, в яких випускники є підприємцями, що створюють та розвивають власну справу. Бакалавр з маркетингу може займати первинні посади відповідно до професійних назв робіт за: "Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010" (Розд. 3.) Посади, пов'язані з плановою (в т.ч. прогновною), 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. Зокрема: 3415 Технічні та торговельні представники (Агент комерційний, Торговець комерційний). 3419 Інші фахівці в галузі фінансів і торгівлі (Організатор зі збуту, Організатор з постачання). 3429 Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери (Торговець (обслуговування бізнесу та реклами)). 3436.1 Помічники керівників підприємств, установ та організацій. 3436.2 Помічники керівників виробничих та інших основних підрозділів. 3436.3 Помічники керівників малих підприємств без апарату управління.
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні 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	

	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
	Спеціальні (фахові) компетентності, визначені Університетом:	
	СК15. Здатність до ініціювання, планування та реалізації інноваційних проектів в електронній комерції з урахуванням динаміки цифрового середовища.	СК15
	СК16. Здатність застосовувати сучасні технології та інфраструктурні рішення електронної комерції, зокрема: технології формування, узгодження та організації роботи екосистем електронної комерції, сучасних платіжних онлайн систем, цифрову аналітику.	СК16
	СК17. Здатність впроваджувати соціально відповідальні підходи в електронній комерції, орієнтовані на підтримку сталого розвитку бізнесу та прозорих цифрових бізнес-процесів.	СК17

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.

PH13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
PH14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
PH15	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.
PH16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
PH17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
PH18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
PH19	Має готовність діяти як патріот України.
PH20	Знає свій конституційний обов'язок і має готовність захищати Україну.
PH21	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.
PH22	Демонструвати навички до ініціювання та реалізації інноваційних проектів в електронній комерції.
PH23	Вирішувати професійні завдання щодо застосування технологій та систем електронної комерції, сучасних платіжних онлайн систем та логістичних технологій в електронній комерції.
PH24	Впроваджувати соціально відповідальні підходи в електронній комерції, орієнтовані на підтримку сталого розвитку бізнесу та прозорих цифрових бізнес-процесів
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, зокрема 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, 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.
<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	12	Залік
ОК 4	Інформаційні та комунікаційні технології	3	Залік
ОК 5	Бізнес-математика і теорія статистики	8	Екзамен
ОК 6	Бізнес-економікс/Основи економіки	4	Екзамен
ОК 7	Ділова іноземна мова	21	Залік
ОК 8	Мікроекономіка	4	Екзамен
ОК 9	Макроекономіка	4	Екзамен
ОК 10	Іноземна мова професійного спрямування	6	Залік
Цикл професійної підготовки (02)			
ОК 11	Нобелівські студії: Лабораторія ідей, інновацій та стартапів	6	Залік
ОК 12	Основи цивільного захисту та охорона праці	3	Залік
ОК 13	Маркетинг	9	Екзамен
ОК 14	Маркетинг (Курсова робота)	1	Захист
ОК 15	Менеджмент	4	Екзамен
ОК 16	Сучасні технології маркетингу (Реклама і рекламна діяльність)	4	Залік
ОК 17	Комплекс маркетингу (Маркетингова товарна політика)	4	Екзамен
ОК 18	Комплекс маркетингу (Маркетингова товарна політика: курсова робота)	1	Захист
ОК 19	Статистичні методи аналізу в бізнесі	4	Екзамен
ОК 20	Маркетинг послуг	4	Екзамен
ОК 21	Маркетингові дослідження	4	Екзамен
ОК 22	Маркетингові дослідження (Курсова робота)	1	Захист
ОК 23	Маркетингова аналітика (Оптимізаційні методи і моделі. Економетрика)	4	Екзамен
ОК 24	Фінанси в бізнесі (Фінанси, гроші та кредит. Фінанси підприємства)	4	екзамен
ОК 25	Основи UI/UX design	3	екзамен
ОК 26	Web-дизайн (конструктор сайтів та ритейл платформ)	3	Залік
ОК 27	Сучасні технології маркетингу (Інтернет маркетинг)	4	екзамен
ОК 28	Сучасні технології маркетингу (Інтернет маркетинг) (Курсова робота)	1	захист

ОК 29	Маркетинг промислового підприємства	4	залік
ОК 30	Комплекс маркетингу (Лабораторія ідей, інновацій та стартапів (проект переддипломний)	3	залік
ОК 31	Міжнародний маркетинг (Особливості онлайн ведення бізнесу за кордоном)	4	екзамен
ОК 32	Комплекс маркетингу (Ціноутворення в e-commerce)	3	екзамен
ОК 33	Поведінка споживача	4	екзамен
ОК 34	Логістика (дропшіппінг)	3	залік
ОК 35	Виробнича практика	4	залік
ОК 36	Комплексна практика з фаху	7	залік
ОК 37	Підготовка кваліфікаційної роботи	6	попередній захист
ОК 38	Захист кваліфікаційної роботи	1	захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		171 кред. / 5130 год.	
Вибіркові компоненти ОПП*			
Цикл загальної підготовки ВЗП			
Вибірковий блок 1*			
ВК 1	Вибірковий компонент 1	4	залік
ВК 2	Вибірковий компонент 2	4	залік
ВК 3	Вибірковий компонент 3. Базова загальновійськова підготовка	3	залік
ВК 4	Вибірковий компонент 4	4	залік
ВК 5	Вибірковий компонент 5	4	залік
ВК 6	Вибірковий компонент 6	4	залік
Цикл професійної підготовки ВПП**			
Вибірковий блок 2			
ВК 7	Основи прийняття креативних рішень в маркетингу/ Дизайн мислення в бізнесі	4	залік
ВК 8	Сучасні технології маркетингу (Брендинг)/ Сучасні технології маркетингу (Управління продажами)	3	залік
ВК 9	Сучасні технології маркетингу та e-commerce (AI в маркетингу та e-commerce)/ Психологія маркетингу	4	залік
ВК 10	Основи систем e-ртейлу/ Маркетингові комунікації II (Таргетинг. Медіапланування)	5	залік
ВК 11	Основи бізнес-комунікації (Комп'ютерна графіка і комунікативний дизайн)/ Основи бізнес-комунікації (Історія та психологія реклами)	4	залік
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 (Управління онлайн продажами)/ Теорія організацій	3	залік
ВК 14	Сучасні технології маркетингу (Аналіз та візуалізація даних в маркетингу)/ Сучасні технології маркетингу (Іміджмейкінг)	3	залік
ВК 15	Облік в e-commerce	3	залік
ВК 16	Бізнес право/ Основи ЗЕД підприємства	3	залік
ВК 17	Інвестиції та сучасні фінансові інструменти/ Основи бізнес комунікації (Ділові комунікації)	4	залік
ВК 18	Технології онлайн платежів/ HR менеджмент	3	залік
ВК 19	Управління ризиками/ Основи маркетингового управління (Рекламний бізнес)	3	залік
Загальний обсяг вибірових компонент:		69 кред. / 2070 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 "вибірнавчальних

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 *D 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

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	ЗК 16	ЗК 17	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	
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	+	+				+									+	+																	+	+	+	

Скорочення:

ІК – інтегральна компетентність

ЗК - загальні компетентності

СК - спеціальні (фахові) компетентності

РН - результати навчання

ТАБЛИЦЯ 3

МАТРИЦЯ «ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ-РЕЗУЛЬТАТИ»

Освітні компоненти/ Результати	РН1 (ЗК6, СК1, СК2)	РН2 (ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК8, СК3, СК11)	РН3 (ЗК6, ЗК7, ЗК13, СК4, СК9, СК15)	РН4 (ЗК3, ЗК4, ЗК5, ЗК6, ЗК7, ЗК8, СК2, СК3, СК6, СК7, СК8)	РН5 (ЗК3, ЗК6, СК6, СК7, СК12, СК14)	РН6 (ЗК2, ЗК3, ЗК6, ЗК7, СК4, СК14)	РН7 (ЗК6, ЗК9, СК10, СК12, СК16)	РН8 (ЗК3, ЗК4, ЗК7, ЗК13, СК5, СК9, СК10, СК14, СК15, СК16, СК17)	РН9 (ЗК6, ЗК7, ЗК14, ЗК15, СК2, СК8, СК12, СК15)	РН10 (ЗК10, ЗК11, ЗК6, ЗК15, СК12, СК14, СК15)	РН11 (ЗК3, ЗК6, СК5, СК6, СК12, СК13)	РН12 (ЗК4, ЗК7, ЗК14, ЗК15, СК3, СК5, СК17)	РН13 (ЗК5, ЗК14, ЗК7, ЗК15, СК8, СК12, СК14, СК17)	РН14 (ЗК5, ЗК11, ЗК12, ЗК14, СК12, СК14)	РН15 (ЗК1, ЗК2, ЗК13, ЗК14, ЗК15, СК17)	РН16 (ЗК1, ЗК4, ЗК6, ЗК9, ЗК10, ЗК14, ЗК15, СК4, СК5, СК16)	РН17 (ЗК2, ЗК10, ЗК13, СК1, СК12)	РН18 (ЗК1, ЗК2, ЗК14, ЗК15, СК17)	РН19 (ЗК1, ЗК2, ЗК16, ЗК17)	РН20 (ЗК1, ЗК16, ЗК17)	РН21 (ЗК6, ЗК8, СК1, СК2, СК6, СК7, СК11)	РН22 (ЗК6, СК8, СК9, СК10, СК12, СК15, СК16, СК17)	РН23 (ЗК6, ЗК7, СК10, СК15, СК16)	РН24 (ЗК1, ЗК5, ЗК14, ЗК15, СК15, СК16, СК17)
Обов'язкові компоненти ОПП																								
Українська ідентичність, історія, культура	+															+			+	+	+	+		
Українська ідентичність: стилістика та культура мови	+															+			+	+	+			
Іноземна мова	+																		+	+				
Інформаційні та комунікаційні технології	+	+								+		+										+		
Бізнес-математика і теорія статистики	+	+								+		+		+								+		
Бізнес-економікс/Основи економіки	+	+		+					+													+		
Ділова іноземна мова	+																		+	+				
Мікроекономіка		+		+			+	+				+										+		
Макроекономіка				+						+							+		+			+		
Іноземна мова професійного спрямування	+																		+	+				
Нобелівські" студії: Лабораторія ідей, інновацій та стартапів			+							+		+	+		+							+	+	+
Основи цивільного захисту та охорона праці													+	+		+								
Маркетинг			+	+	+	+			+				+					+				+		
Маркетинг (Курсова робота)			+						+	+		+						+				+		
Менеджмент		+					+					+			+		+	+						
Сучасні технології маркетингу (Реклама і рекламна діяльність)						+			+				+	+	+									
Комплекс маркетингу					+	+				+	+	+	+		+			+						

(Маркетингова товарна політика)																								
Комплекс маркетингу (Маркетингова товарна політика: курсова робота)					+	+				+	+	+	+		+					+				
Статистичні методи аналізу в бізнесі		+					+		+	+		+								+				
Маркетинг послуг						+			+	+		+	+	+			+							
Маркетингові дослідження						+			+	+	+	+	+		+									
Маркетингові дослідження (Курсова робота)					+				+	+	+	+	+				+			+				
Маркетингова аналітика (Оптимізаційні методи і моделі. Економетрика)		+				+	+	+												+				
Фінанси в бізнесі (Фінанси, гроші та кредит. Фінанси підприємства)		+				+	+			+		+			+		+			+				
Основи UI/UX design						+														+	+			
Web-дизайн (конструктор сайтів та ритейл платформ)						+														+	+	+		
Сучасні технології маркетингу (Інтернет маркетинг)					+	+			+	+		+	+		+					+	+			
Сучасні технології маркетингу (Інтернет маркетинг) (Курсова робота)					+	+			+	+		+	+		+					+	+			
Маркетинг промислового підприємства		+	+			+		+	+		+	+	+											
Комплекс маркетингу (Лабораторія ідей, інновацій та стартапів (проект переддипломний)			+							+		+	+		+						+	+	+	
Міжнародний маркетинг (Особливості онлайн ведення бізнесу за кордоном)			+								+			+				+						
Комплекс маркетингу (Ціноутворення в e-commerce)		+	+					+	+					+		+								
Поведінка споживача			+								+			+				+						
Логістика (дропшіппінг)					+	+			+			+	+		+			+				+		
Виробнича практика	+		+	+			+			+		+	+	+		+					+	+	+	
Комплексна практика з	+		+	+			+			+		+	+	+		+					+	+	+	

[illegible]

[illegible]

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, Положення про порядок визнання Університетом імені Альфреда Нобеля результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти.
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 BAF, "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.	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
2.	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	Ділова іноземна мова	Ділова іноземна мова	Ділова іноземна мова	Ділова іноземна мова	Іноземна мова професійного спрямування	Іноземна мова професійного спрямування
Українська ідентичність: історія, культура	Бізнес математика	Мікроекономіка	Макроекономіка	Маркетинг послуг	Основи UI/UX Design	Сучасні технології маркетингу (Інтернет маркетинг)	Логістика
Інформаційні та комунікаційні технолог	Основи цивільного захисту та охорона праці	Менеджмент	Статистичні методи аналізу в бізнесі (бізнес-аналітика)	Маркетингові дослідження	Web-дизайн (конструктор сайтів та рітейл платформ)	Комплекс маркетингу (Лабораторія ідей, інновацій та стартапів (проект переддипломний))	Комплексна практика з фаху
Бізнес математика	Маркетинг	Сучасні технології маркетингу (Реклама і рекламна діяльність)	Вибіркова дисципліна загальної підготовки 3	Маркетингова аналітика (Оптимізаційні методи та моделі. Економетрика)	Виробнича практика	Міжнародний маркетинг (особливості онлайн ведення бізнесу за кордоном)	Підготовка кваліфікаційної роботи
Українська ідентичність: стилістика та культура мови /Ділова українська мова	Маркетинг (курсова робота)	Комплекс маркетингу (Маркетингова товарна політика)	Основи бізнес-комунікації (Комп'ютерна графіка і комунікативний дизайн)	Фінанси та податки в бізнесі (Фінанси підприємства)	Вибіркова дисципліна загальної підготовки 5	Маркетинг промислового підприємства	Захист кваліфікаційної роботи
Бізнес-економікс/Основи економіки	Вибіркова дисципліна загальної підготовки 1	Вибіркова дисципліна загальної підготовки 2	Сучасні технології маркетингу та e-commerce (AI в маркетингу та e-commerce)	Вибіркова дисципліна загальної підготовки 4	Сучасні технології маркетингу (Аналіз та візуалізація даних в маркетингу)	Вибіркова дисципліна загальної підготовки 6	Поведінка споживача
Нобелівські студії: Лабораторія ідей, інновацій та стартапів	Основи прийняття креативних рішень в маркетингу	Сучасні технології маркетингу (Брендинг)	Основи систем e-рітейлу	Сучасні технології маркетингу (Маркетинг в соціальних мережах)	Сучасні технології маркетингу (Управління онлайн продажами)	Інвестиції та сучасні фінансові інструменти	Комплекс маркетингу (Ціноутворення e-commerce)
					Бізнес право	Технології онлайн платежів	Управління ризиками
					Облік в e-commerce		

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

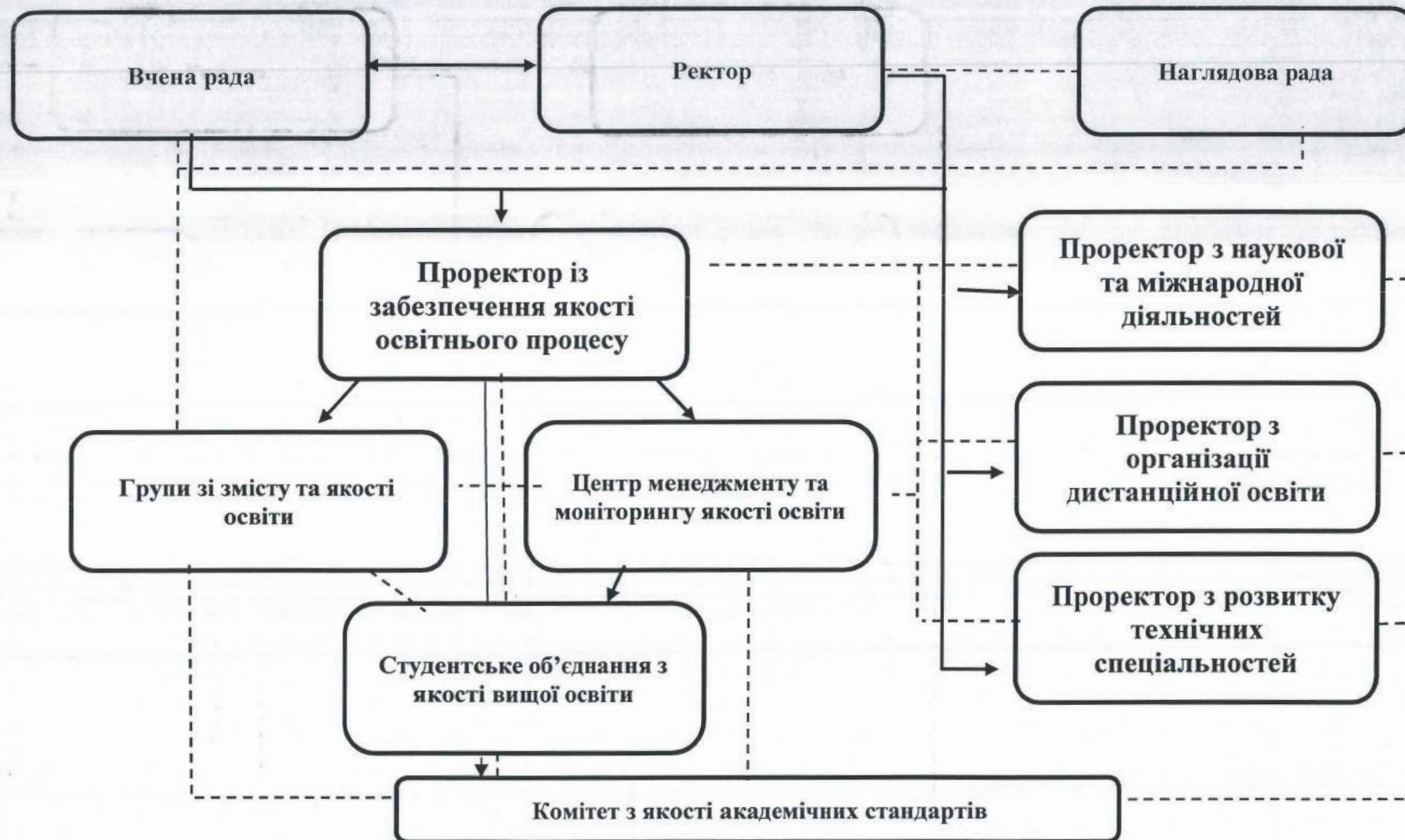


Рис 1. Організаційна структура системи внутрішнього забезпечення якості в Університеті імені Альфреда Нобеля
 Умовні позначення:

 підпорядкування
 комунікації