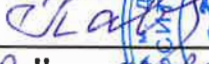




Alfred Nobel
University

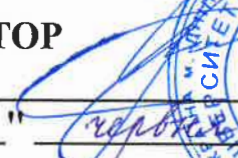
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

ГОЛОВА ВЧЕНОЇ РАДИ


В.А. ПАВЛОВА
" 30 " червня 2026 р.



РЕКТОР


С.Б. ХОДОД
" 30 " червня 2026 р.



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ: *перший (бакалаврський) 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 № 5 від 30 червня 2026 р.

Освітня програма вводиться в дію з 01.09.2026 р.

(наказ № 180-0.8 від 30.06 2026 р.)

м. Дніпро
2026 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 та відповідно до наказу №842 від 13.06.2024 р., 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 30 червня 2026 р., протокол № ____.

II. Розробники освітньо-професійної програми:

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

III. Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Окландер М.А., завідувач кафедри маркетингу національного університету "Одеська політехніка, д-р екон. наук, професор
2. Клименко О., керівник відділу e-commerce MEDHOUSE SWISS
3. Богуцький В.Б., CEO & Founder B91 Targeting Agency.
4. Mostova Anastasiia, Doctor of Economics, Associate Professor at Varna University of Management, Varna, Bulgaria.

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 (очна (денна), заочна форми здобуття освіти). 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; термін навчання – 1 рік 10 місяців (очна (денна), заочна форми здобуття освіти); - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС; термін навчання – 2 роки 10 місяців (очна (денна), заочна форми здобуття освіти). Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути 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 від 13 грудня 2017 р. Строк дії до 01.07.2027 р.
<i>Цикл / рівень</i>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, 6 рівень НРК України. FQ- ENEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
<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>	На період дії сертифікату Central Evaluation and Accreditation Agency Hannover, Німеччина (01.09.2026 – 30.06.2030)

Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми	www.duan.edu.ua
---	-----------------

2 – Мета освітньо-професійної програми	
Метою бакалаврської освітньо-професійної програми «Маркетинг» є підготовка інноваційно- та підприємницьки-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	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Загальна освіта в галузі D Бізнес, адміністрування та право за спеціальністю D5 Маркетинг.
Орієнтація освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна програма прикладної орієнтації
Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації	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.
Особливості програми	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 (україномовне та англomовне навчання). Програма сприяє реалізації ЦСР 4 «Якісна освіта» та ЦСР 12 «Відповідальне споживання та виробництво» шляхом наскрізного включення принципів соціальної відповідальності, бізнес-етики та сталого розвитку в освітні компоненти та маркетингові стратегії, що розробляються здобувачами. Спрямованість програми на підготовку інноваційно- та підприємницьки-орієнтованих лідерів змін, здатних створювати цінність для бізнесу й суспільства за допомогою передових цифрових технологій та забезпечувати високу конкурентоспроможність на глобальному ринку праці» (ЦСР 8 «Гідна праця та економічне зростання»)). 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 .	
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 маркетингу може займати первинні посади відповідно до професійних назв робіт за: "Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010" (з урахуванням Наказу Мінекономіки від 14.04.2026 р., № 4946): 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. Передбачена можливість апеляції.	
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 компетентності (ЗК)	Загальні компетентності, визначені стандартом спеціальності: ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного)	ЗК1

суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.	
ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства та основи розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.	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.	ЗК8
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
Загальні компетентності, визначені університетом:	
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
ЗК20. Брати участь у національному спротиві	ЗК20

Спеціальні (фахові) компетентності	Спеціальні (фахові) компетентності, визначені стандартом спеціальності:	
	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
	Спеціальні (фахові) компетентності, визначені університетом:	
	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 РН2 РН3	Програмні результати навчання, визначені стандартом спеціальності:	
	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	
	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	
	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	

RH4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного і методичного інструментарію.
RH5	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	Програмні результати навчання, визначені університетом: <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</i>

RH24	соціального впливу в маркетингові стратегії. RH24. Розробляти та тестувати маркетингові гіпотези, використовуючи методи AI-аналітики.
RH25	RH25. Створювати омніканальні кампанії з урахуванням цифрової поведінки споживача, алгоритмів платформ і трендів.
RH26	RH26. Має готовність діяти як патріот України.
RH27	RH27. Знає свій конституційний обов'язок і має готовність захищати Україну.
RH28	RH28. Демонструвати національно-патріотичну свідомість, громадянську та психологічну стійкість; розуміти логіку національного спротиву, необхідні для виконання конституційного обов'язку щодо захисту Вітчизни, незалежності та територіальної цілісності України.

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, зокрема з грифом МОН України, підготовлено викладачами ЗВО. Навчально-методичне забезпечення дисциплін за структурою і змістом відповідає вимогам. Навчально-методичне забезпечення представлено на електронному ресурсі у цифровому освітньому середовищі. 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 циклу загальної підготовки;
- вибіркові 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 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			
ОЗП 1.1.1	Українська ідентичність: історія, культура	3	залік
ОЗП 1.1.2	Українська ідентичність: стилістика та культура мови / Ділова українська мова	3	залік
ОЗП 1.1.3	Іноземна мова	10	залік, залік
ОЗП 1.1.4	Інформаційні та комунікаційні технології	3	залік
ОЗП 1.1.5	Бізнес-математика	6	екзамен, екзамен
ОЗП 1.1.6	Бізнес-економікс: Основи економіки	4	екзамен
ОЗП 1.1.7	Бізнес-економікс: Мікроекономіка	4	екзамен
ОЗП 1.1.8	Бізнес-економікс: Макроекономіка	4	екзамен
ОЗП 1.1.9	Основи цивільного захисту та охорона праці	3	залік
ОЗП 1.1.10	Основи національного спротиву	5	залік
1.2. Цикл професійної підготовки			
ОПП 1.2.1	Основи прийняття креативних рішень в маркетингу	4	залік
ОПП 1.2.2	Маркетинг	8	екзамен
ОПП 1.2.3	Маркетинг (Курсова робота)	1	захист курсової роботи

ОПП 1.2.4	Менеджмент	4	екзамен
ОПП 1.2.5	Реклама і рекламна діяльність	4	залік
ОПП 1.2.6	Комплекс маркетингу (Маркетингова товарна політика)	4	екзамен
ОПП 1.2.7	Комплекс маркетингу (Маркетингова товарна політика: Курсова робота)	1	захист курсової роботи
ОПП 1.2.8	Статистичні методи аналізу в бізнесі	4	екзамен
ОПП 1.2.9	Маркетингова аналітика (Оптимізаційні методи та моделі. Економетрика)	4	екзамен
ОПП 1.2.10	Фінанси в бізнесі (Фінанси, гроші та кредит. Фінанси підприємства)	4	екзамен
ОПП 1.2.11	Маркетинг послуг	4	екзамен
ОПП 1.2.12	Маркетингові дослідження	4	екзамен
ОПП 1.2.13	Маркетингові дослідження (Курсова робота)	1	захист курсової роботи
ОПП 1.2.14	Маркетингова політика розподілу. Логістика	5	екзамен
ОПП 1.2.15	Маркетинговий облік, контроль і аудит	5	екзамен
ОПП 1.2.16	Маркетинг промислового підприємства	4	екзамен
ОПП 1.2.17	Інтернет-маркетинг	4	екзамен
ОПП 1.2.18	Інтернет-маркетинг (Курсова робота)	1	захист курсової роботи
ОПП 1.2.19	Комплекс маркетингу (Маркетингові комунікації)	3	екзамен
ОПП 1.2.20	Міжнародний маркетинг	4	екзамен
ОПП 1.2.21	Комплекс маркетингу (Маркетингове ціноутворення)	5	екзамен
ОПП 1.2.22	Поведінка споживача	4	екзамен
ОПП 1.2.23	Ділова іноземна мова	21	залік, залік, залік, залік
ОПП 1.2.24	Іноземна мова професійного спрямування	6	залік
2. Практичні компоненти ОПП			
ОПП 2.1	Нобелівські студії: Маркетинг. Лабораторія ідей	6	залік
ОПП 2.2	Виробнича практика	4	залік
ОПП 2.3	Комплексна практика з фаху	7	залік
ОПП 2.4	Кваліфікаційна робота бакалавра	6	попередній захист
ОПП 2.5	Публічний захист кваліфікаційної роботи бакалавра	1	захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		178 кред. / 5340 год.	
3. Вибіркові компоненти ОПП			
3.1. Цикл загальної підготовки ВЗП*			
ВЗП 3.1.1	Вибіркова дисципліна циклу загальної підготовки	4	залік
ВЗП 3.1.2	Вибіркова дисципліна циклу загальної підготовки	4	залік
ВЗП 3.1.3	Вибіркова дисципліна циклу загальної підготовки	4	залік
ВЗП 3.1.4	Вибіркова дисципліна циклу загальної підготовки	4	залік
ВЗП 3.1.5	Вибіркова дисципліна циклу загальної підготовки	4	залік
ВЗП 3.1.6	Вибіркова дисципліна циклу загальної підготовки	4	залік
3.2. Цикл професійної підготовки ВПП**			
Вибірковий блок 1 (професійне спрямування «Маркетинг»)**			
ВПП 3.2.1	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
ВПП 3.2.2	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
ВПП 3.2.3	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
ВПП 3.2.4	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
ВПП 3.2.5	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
Вибірковий блок 2 (професійне спрямування «Маркетинг: Міжнародний Маркетинг»)			

ВПП 3.2.1	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
ВПП 3.2.2	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
ВПП 3.2.3	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
ВПП 3.2.4	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
ВПП 3.2.5	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
Вибірковий блок 3 (професійне спрямування «Маркетинг: АІ маркетинг та нейрореклама»)			
ВПП 3.2.1	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
ВПП 3.2.2	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
ВПП 3.2.3	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
ВПП 3.2.4	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
ВПП 3.2.5	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
Вибіркові освітні компоненти циклу професійної підготовки			
ВПП 3.2.6	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
ВПП 3.2.7	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	3	залік
ВПП 3.2.8	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
ВПП 3.2.9	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	3	залік
ВПП 3.2.10	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
Загальний обсяг вибірових компонент:		62 кред. / 1860 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 або блок 3 ВПП залежно від обраного ним професійного спрямування ОПП.

***Здобувачам усіх професійних спрямувань пропонуються ВПП 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»

	ПК 1	ПК 2	ПК 3	ПК 4	ПК 5	ПК 6	ПК 7	ПК 8	ПК 9	ПК 10	ПК 11	ПК 12	ПК 13	ПК 14	ПК 15	ПК 16	ПК 17	ПК 18	ПК 19	ПК 20	ПК 21	ПК 22	ПК 23	ПК 24	ПК 25	ПК 26	ПК 27	ПК 28
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																												
ЗК 18																												
ЗК 19																												
ЗК 20																												
ЗК 21																												
ЗК 22																												
ЗК 23																												
ЗК 24																												
ЗК 25																												
ЗК 26																												
ЗК 27																												
ЗК 28																												

Скорочення:

ІК – інтегральна компетентність

ЗК - 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, ЗК16, СК6, СК8, СК12, СК14, СК17)	PH6 (ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК8, СК4, СК5, СК6, СК7, СК14)	PH7 (ЗК9, ЗК16, СК10, СК11, СК12, СК16, СК17)	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, ЗК17, СК3, СК13, СК14, СК15, СК18)	PH11 (ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК12, ЗК17, 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, СК13, СК17)	PH16 (ЗК4, ЗК6, ЗК14, ЗК16, СК4, СК5, СК14)	PH17 (ЗК1, ЗК6, ЗК10, ЗК14, ЗК15, ЗК17, СК1, СК2, СК14, СК15, СК17)	PH18 (ЗК1, ЗК6, ЗК10, ЗК14, ЗК15, ЗК17, СК1, СК2, СК14, СК15, СК17)	PH19 (ЗК1, ЗК6, ЗК10, ЗК14, ЗК15, ЗК17, СК1, СК2, СК14, СК15, СК17)	PH20 (ЗК1, ЗК6, ЗК10, ЗК14, ЗК15, ЗК17, СК1, СК2, СК14, СК15, СК17)	PH21 (ЗК7, ЗК8, ЗК9, ЗК12, ЗК13, ЗК14, ЗК16, ЗК17, СК4, СК5, СК6, СК8, СК9, СК10, СК11, СК12, СК13, СК14, СК18)	PH22 (ЗК1, ЗК2, ЗК5, ЗК12, ЗК13, ЗК14, ЗК15, ЗК16, ЗК17, ЗК18, ЗК19, ЗК20, ЗК21, ЗК22, ЗК23, ЗК24, ЗК25, ЗК26, ЗК27, ЗК28, ЗК29, ЗК30, ЗК31, ЗК32, ЗК33, ЗК34, ЗК35, ЗК36, ЗК37, ЗК38, ЗК39, ЗК40, ЗК41, ЗК42, ЗК43, ЗК44, ЗК45, ЗК46, ЗК47, ЗК48, ЗК49, ЗК50, ЗК51, ЗК52, ЗК53, ЗК54, ЗК55, ЗК56, ЗК57, ЗК58, ЗК59, ЗК60, ЗК61, ЗК62, ЗК63, ЗК64, ЗК65, ЗК66, ЗК67, ЗК68, ЗК69, ЗК70, ЗК71, ЗК72, ЗК73, ЗК74, ЗК75, ЗК76, ЗК77, ЗК78, ЗК79, ЗК80, ЗК81, ЗК82, ЗК83, ЗК84, ЗК85, ЗК86, ЗК87, ЗК88, ЗК89, ЗК90, ЗК91, ЗК92, ЗК93, ЗК94, ЗК95, ЗК96, ЗК97, ЗК98, ЗК99, ЗК100, ЗК101, ЗК102, ЗК103, ЗК104, ЗК105, ЗК106, ЗК107, ЗК108, ЗК109, ЗК110, ЗК111, ЗК112, ЗК113, ЗК114, ЗК115, ЗК116, ЗК117, ЗК118, ЗК119, ЗК120, ЗК121, ЗК122, ЗК123, ЗК124, ЗК125, ЗК126, ЗК127, ЗК128, ЗК129, ЗК130, ЗК131, ЗК132, ЗК133, ЗК134, ЗК135, ЗК136, ЗК137, ЗК138, ЗК139, ЗК140, ЗК141, ЗК142, ЗК143, ЗК144, ЗК145, ЗК146, ЗК147, ЗК148, ЗК149, ЗК150, ЗК151, ЗК152, ЗК153, ЗК154, ЗК155, ЗК156, ЗК157, ЗК158, ЗК159, ЗК160, ЗК161, ЗК162, ЗК163, ЗК164, ЗК165, ЗК166, ЗК167, ЗК168, ЗК169, ЗК170, ЗК171, ЗК172, ЗК173, ЗК174, ЗК175, ЗК176, ЗК177, ЗК178, ЗК179, ЗК180, ЗК181, ЗК182, ЗК183, ЗК184, ЗК185, ЗК186, ЗК187, ЗК188, ЗК189, ЗК190, ЗК191, ЗК192, ЗК193, ЗК194, ЗК195, ЗК196, ЗК197, ЗК198, ЗК199, ЗК200, ЗК201, ЗК202, ЗК203, ЗК204, ЗК205, ЗК206, ЗК207, ЗК208, ЗК209, ЗК210, ЗК211, ЗК212, ЗК213, ЗК214, ЗК215, ЗК216, ЗК217, ЗК218, ЗК219, ЗК220, ЗК221, ЗК222, ЗК223, ЗК224, ЗК225, ЗК226, ЗК227, ЗК228, ЗК229, ЗК230, ЗК231, ЗК232, ЗК233, ЗК234, ЗК235, ЗК236, ЗК237, ЗК238, ЗК239, ЗК240, ЗК241, ЗК242, ЗК243, ЗК244, ЗК245, ЗК246, ЗК247, ЗК248, ЗК249, ЗК250, ЗК251, ЗК252, ЗК253, ЗК254, ЗК255, ЗК256, ЗК257, ЗК258, ЗК259, ЗК260, ЗК261, ЗК262, ЗК263, ЗК264, ЗК265, ЗК266, ЗК267, ЗК268, ЗК269, ЗК270, ЗК271, ЗК272, ЗК273, ЗК274, ЗК275, ЗК276, ЗК277, ЗК278, ЗК279, ЗК280, ЗК281, ЗК282, ЗК283, ЗК284, ЗК285, ЗК286, ЗК287, ЗК288, ЗК289, ЗК290, ЗК291, ЗК292, ЗК293, ЗК294, ЗК295, ЗК296, ЗК297, ЗК298, ЗК299, ЗК300, ЗК301, ЗК302, ЗК303, ЗК304, ЗК305, ЗК306, ЗК307, ЗК308, ЗК309, ЗК310, ЗК311, ЗК312, ЗК313, ЗК314, ЗК315, ЗК316, ЗК317, ЗК318, ЗК319, ЗК320, ЗК321, ЗК322, ЗК323, ЗК324, ЗК325, ЗК326, ЗК327, ЗК328, ЗК329, ЗК330, ЗК331, ЗК332, ЗК333, ЗК334, ЗК335, ЗК336, ЗК337, ЗК338, ЗК339, ЗК340, ЗК341, ЗК342, ЗК343, ЗК344, ЗК345, ЗК346, ЗК347, ЗК348, ЗК349, ЗК350, ЗК351, ЗК352, ЗК353, ЗК354, ЗК355, ЗК356, ЗК357, ЗК358, ЗК359, ЗК360, ЗК361, ЗК362,<
---------------------------------	---------------------------------------	---	---	--	--	---	--	---	---	--	--	--	---	---	---	--	--	--	--	--	--	--

[illegible]

Маркетингові дослідження (Курсова робота)					+			+	+	+	+	+					+			+			+					
Маркетингова політика розподілу. Логістика					+	+		+			+	+		+			+						+					
Маркетинговий облік, контроль і аудит		+						+			+			+					+									
Маркетинг промислового підприємства			+			+		+		+	+	+										+	+					
Інтернет маркетинг					+	+		+	+		+	+		+								+	+	+				
Інтернет маркетинг(Курсова робота)					+	+		+	+		+	+		+								+	+	+				
Комплекс маркетингу (Маркетингові комунікації)						+		+			+	+		+								+	+	+				
Міжнародний маркетинг			+					+			+			+					+	+		+						
Комплекс маркетингу (Маркетингове ціноутворення)		+	+					+	+				+		+								+					
Поведінка споживача			+								+			+					+			+		+				
Нобелівські студії: Маркетинг. Лабораторія ідей						+		+	+		+	+	+			+			+	+	+							
Виробнича практика	+		+	+			+			+		+	+	+		+				+			+	+				
Кваліфікаційна бакалаврська робота	+	+	+	+	+		+			+	+	+			+	+		+	+	+		+	+	+				

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Матриця відповідності визначених Стандартом та освітньою програмою компетентностей/ результати навчання за дескрипторами НРК

Класифікація компетентностей (результат навчання) за НРК	Знання		Уміння		Комунікація		Автономія та відповідальність		
	Зн-1 Концептуальні знання за фахом	Зн-2 Критичне осмислен ня основних теорій, методів, понять	Ум-1 Розв'язан ня складних задач у професій ній діяльності	Ум-2 Збирання, інтерпрет ація інформац ії, застосува ння інновацій	К-1 Доносити інформац ію, ідеї, рішення до фахівців і нефахівців	К-2 Формувати ефектив ну комунікаційну стратегію	АВ-1 Управління проектами, прийняття рішень у складних та непередбачуваних умовах	АВ-2 Формування суджень, що враховують, етичні, соціальні та аспекти сталого розвитку, й ґрунтуються на наукових дослідженнях	АВ-3 Здатність до подальшого автономного навчання
ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.		☐		☐	☐			☐	☐
ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства та основи розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.					☐			☐	☐
ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.		☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐
ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.	☐	☐	☐	☐		☐			☐
ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.					☐	☐			☐
ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.	☐	☐	☐	☐	☐		☐	☐	
ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.		☐	☐	☐			☐	☐	
ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні		☐	☐	☐				☐	
ЗК9. Навички використання інформаційних комунікаційних технологій.			☐	☐	☐	☐			☐
ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.					☐				☐
ЗК11. Здатність працювати в команді.					☐		☐	☐	

[illegible]

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 стандартного розвитку, етики, відновдальності 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
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.

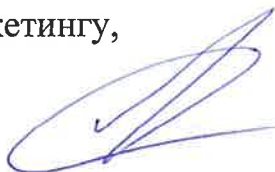
Види та обсяги практик, передбачених освітньо-професійною програмою підготовки фахівців, відображені у таблиці 5, а також в навчальному плані і графіку освітнього процесу.

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, РН14, РН16, РН18, РН19, РН20, РН21, РН25	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
----	--	---------------------	--	--	--

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	Вибіркова дисципліни циклу професійної підготовки 10
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 циклу загальної підготовки 3	Ділова іноземна мова	Вибіркова дисципліна циклу загальної підготовки 5	Міжнародний маркетинг	Іноземна мова професійного спрямування
Нобелівські студії: маркетинг. Лабораторія ідей	Курсова робота (Маркетинг)	Ділова іноземна мова	Вибіркова дисципліни циклу професійної підготовки 2	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки 4	Вибіркова дисципліни циклу професійної підготовки 6	Іноземна мова професійного спрямування	Комплексна практика з фаху
Українська ідентичність: стилістика та культура мови / Ділова українська мова	Вибіркова дисципліна циклу загальної підготовки 1	Вибіркова дисципліна циклу загальної підготовки 2	Вибіркова дисципліни циклу професійної підготовки 3	Вибіркова дисципліни циклу професійної підготовки 5	Вибіркова дисципліни циклу професійної підготовки 7	Вибіркова дисципліни циклу професійної підготовки 8	Кваліфікаційна бакалаврська робота
Бізнес-економікс: Основи економіки	Основи прийняття креативних рішень в маркетингу	Вибіркова дисципліни циклу професійної підготовки 1	Вибіркова дисципліни циклу професійної підготовки 4	Маркетингові дослідження	Виробнича практика	Вибіркова дисципліни циклу професійної підготовки 9	Захист кваліфікаційної бакалаврської роботи
Основи національного спротиву	Основи національного спротиву	Курсова робота (Комплекс маркетингу (Маркетингова товарна політика)		Курсова робота (Маркетингові дослідження)		Комплекс маркетингу (Маркетингові комунікації)	
						Вибіркова дисципліна циклу загальної підготовки 6	
30 кредитів	30 кредитів	30 кредитів	30 кредитів	30 кредитів	30 кредитів	30 кредитів	30 кредитів
Загальний обсяг 240 кредитів							

Обов'язкові дисципліни циклу загальної підготовки	Обов'язкові дисципліни циклу професійної підготовки	Вибіркові дисципліни циклу загальної підготовки	Вибіркові дисципліни циклу професійної підготовки
---	---	---	---

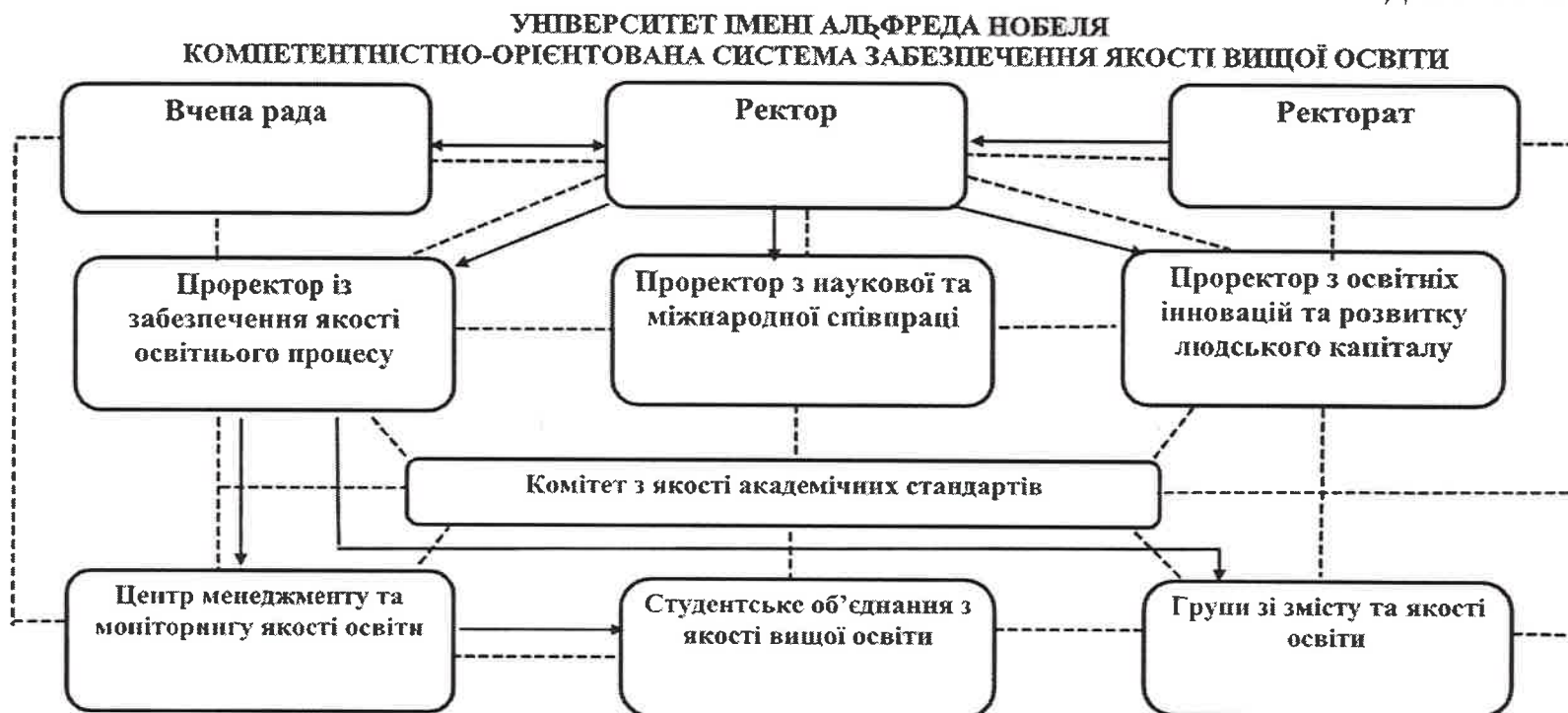


Рис 1. Організаційна структура системи внутрішнього забезпечення якості в Університеті імені Альфреда Нобеля

Умовні позначення:

