

**АНУ**

Alfred Nobel  
University

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

ГОЛОВА ВЧЕНОЇ РАДИ

*В.А. ПАВЛОВА*  
В.А. ПАВЛОВА

" 30 " червня 2026 р.

РЕКТОР

*С.Б. ХОЛЮД*  
С.Б. ХОЛЮД

" 30 " червня 2026 р.

## ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»

**РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ** *другий (магістерський) рівень вищої освіти*  
(назва рівня вищої освіти)

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

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

**СПЕЦІАЛЬНІСТЬ** *D5 Маркетинг*  
(код та найменування спеціальності)

**КВАЛІФІКАЦІЯ В ДИПЛОМІ** *магістр маркетингу*

Затверджено на засіданні Вченої ради  
Протокол № 5 від 30 червня 2026 р.  
Освітня програма вводиться в дію з 01.09.2026 р.  
(наказ № 180-17 від "30" червня 2026 р.)

м. Дніпро

2026

## ПРЕАМБУЛА

I. Освітньо-професійну програму Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг, галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» розроблено за Стандартом вищої освіти України (наказ Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960), 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, затверджено та введено в дію рішенням Вченої ради ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля» \_\_\_\_\_ р., протокол № \_\_\_\_.

II. Розробники освітньо-професійної програми:

Мішустіна Т.С., канд. екон. наук, доцент (керівник робочої проектної групи)  
Тараненко І. В. д-р екон. наук, професор,  
Стрельченко І. І. д-р екон. наук, доцент,  
Яременко С.С. канд. екон. наук, доцент,  
Білоткач І.А. канд. екон. наук, доцент,  
Гамзаг О. В. канд. екон. наук, доцент.

III. Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

Андрій Федорченко, д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка Київського національного економічного університету .

Nataliia Kochkina. PhD in Economics and Management. Project researcher, University of Cagliari, Italy.

Ганна Гришина, директорка з маркетингу компанії "РУШ" (EVA та EVA.UA)

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»  
ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ D5 МАРКЕТИНГ**

<b>1 - Загальна інформація</b>	
<i>Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу</i>	ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля», кафедра міжнародного маркетингу
<i>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</i>	Ступінь вищої освіти – Магістр Кваліфікація - магістр маркетингу
<i>Офіційна назва освітньо-професійної / програми</i>	Освітньо-професійна програма за спеціальністю Маркетинг
<i>Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми</i>	Одиничний 90 кредитів ЄКТС, 1 рік і 5 місяців
<i>Наявність акредитації</i>	Міжнародна акредитація надана агентством ZEvA (Central Evaluation and Accreditation Agency, Hannover), Німеччина (погоджено Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти, протокол №18 від 09.12.2021 р.)
<i>Цикл / рівень</i>	Другий (магістерський) рівень вищої освіти. Національна рамка кваліфікацій України (НРК) – 7 рівень. Рамка кваліфікацій Європейського простору вищої освіти (FQ-EHEA) – другий цикл. Європейська рамка кваліфікацій для навчання впродовж життя (EQF-LLL) – 7 рівень
<i>Передумови (вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, та результатів їх навчання)</i>	Наявність диплома бакалавра, магістра, спеціаліста за іншою спеціальністю. Результати навчання осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, визначаються за додатками до документів про освіту, результатами вступних випробувань, встановленими чинним законодавством, та відповідно до Правил прийому на навчання до ВНЗ «Університету імені Альфреда Нобеля» у рік вступу.
<i>Мова(и) викладання</i>	українська
<i>Термін дії освітньо-професійної програми</i>	01.09.2026 - 31.01.2028
<i>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми</i>	www.duan.edu.ua

**2 – Мета освітньо-професійної програми**

Мета освітньо-професійної програми «Маркетинг» відповідає Місії та Стратегії розвитку університету імені Альфреда Нобеля.

**Головною метою** є підготовка, на базі концепції бізнес-орієнтованої освіти, висококваліфікованих фахівців, які володіють інноваційним способом мислення, системними знаннями і передовими компетенціями в області управління маркетингом, для створення найкращої ціннісної пропозиції для споживача і підвищення вартості бізнесу, необхідними для успішної роботи в українських та зарубіжних компаніях, державних і муніципальних органах влади, в якості керівників і провідних фахівців маркетингових служб, відділів стратегічного розвитку, консалтингових і дослідницьких організацій, а також створення своїх власних успішних бізнесів. Програма надає спеціалізовані

концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки у сфері маркетингу і є основою для оригінального мислення та проведення досліджень, критичне осмислення проблем у галузі

### 3 - Характеристика освітньо-професійної програми

<p><i>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</li> <li>● <i>Цілі навчання:</i> підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.</li> <li>● <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> сутність маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</li> <li>● <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</li> </ul>
<p><i>Орієнтація освітньо-професійної програми</i></p>	<p>Освітньо-професійна програма має прикладну орієнтацію та спрямована на підготовку фахівців, здатних вирішувати практичні, інноваційні та управлінські задачі у сфері маркетингу. Програма реалізується з урахуванням вимог ринку праці на основі концепції бізнес-орієнтованої освіти та рекомендацій представників бізнесу і стейкхолдерів. Особливу увагу приділено впровадженню цифрових технологій, принципів сталого розвитку, зокрема ЦСР 5, ЦСР 12 та ЦСР 17. Програма передбачає підготовку ініціативних, креативних і здатних швидко адаптуватися до сучасного бізнес-середовища фахівців, які також володіють умінням продукувати нові ідеї у сфері науково-дослідницької та аналітичної діяльності.</p>
<p><i>Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації</i></p>	<p>Спеціальна освіта в галузі D Бізнес, адміністрування та право за спеціальністю D5 Маркетинг.</p> <p>Освітньо-професійна програма орієнтована на підготовку фахівців нового покоління у сфері маркетингу, здатних працювати в умовах цифрової економіки, глобальної конкуренції та швидкої трансформації бізнес-середовища.</p> <p>Фокус програми спрямований на формування практичних компетентностей у сфері: стратегічного управління маркетингом; digital-маркетингу та e-commerce; використання технологій штучного інтелекту в маркетинговій діяльності; брендингу, маркетингових комунікацій та управління клієнтським досвідом. Програма поєднує класичну маркетингову підготовку з сучасними цифровими інструментами та практико-орієнтованим навчанням, забезпечуючи розвиток аналітичного мислення, креативності, підприємницьких навичок та здатності приймати ефективні маркетингові рішення в умовах невизначеності.</p> <p>Здобувачам пропонуються професійні спрямування, орієнтовані на формування компетентностей у сфері AI-маркетингу, digital-маркетингу, e-commerce, бізнес-аналітики та сучасних підходів до прийняття маркетингових рішень.</p> <p><b>Ключові слова:</b> стратегічний маркетинг, товарна інноваційна політика, рекламний менеджмент, бренд менеджмент, маркетинговий менеджмент, маркетинг відносин.</p>

<p><i>Особливості програми</i></p>	<p><b>Ключові особливості програми:</b>  Освітньо-професійна програма «Маркетинг» поєднує класичну маркетингову підготовку із сучасними digital-, AI- та e-commerce підходами, орієнтуючись на реальні потреби бізнесу та тенденції глобального ринку.  Особливістю програми є бізнес-орієнтована модель навчання. Освітній процес інтегрований із діяльністю українських і міжнародних компаній, маркетингових агенцій, професійних спільнот та експертів-практиків, які залучаються до проектування освітньої програми, викладання, проведення практичних інтенсивів, гостьових лекцій та оцінювання результатів навчання, що створює середовище для розвитку підприємницьких та інноваційних компетентностей здобувачів та забезпечує відповідність програми актуальним вимогам ринку праці.  Освітня програма розроблена з урахуванням стратегічної позиції Університету щодо підтримки Цілей сталого розвитку ООН, зокрема ЦСР 5 «Гендерна рівність», ЦСР 12 "Відповідальне споживання та виробництво" та ЦСР 17 «Партнерство заради сталого розвитку», що реалізуються через принципи гендерної рівності, етичного підприємництва та глобальної співпраці.  Міжнародний досвід та мобільність є важливою складовою програми. Завдяки міжнародній акредитації та партнерствам із закордонними ЗВО і бізнес-структурами здобувачі мають можливість брати участь у міжнародних проєктах, стажуваннях, гостьових лекціях та програмах академічної мобільності.  Програма забезпечує гнучкість та персоналізацію навчання через варіативність освітніх компонентів, можливість обирати професійне спрямування та формувати індивідуальну освітню траєкторію відповідно до кар'єрних цілей здобувача.  Програма культивує критичне мислення, адаптивність, командну роботу та управління змінами — компетентності, що є основою сучасного маркетинголога-лідера.  Здобувачі мають можливість відвідувати лекції та практичні заняття з вибіркового освітніх компонентів англійською мовою.  Єдина в Україні магістерська програма «Маркетинг», відповідність якої європейським стандартам освіти засвідчено міжнародним акредитаційним сертифікатом агентства ZEvA (Central Evaluation and Accreditation Agency Hannover), Німеччина.</p>
<p><i>Придатність до працевлаштування</i></p>	<p><b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b></p> <p>Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми та форми власності (комерційні, некомерційні, державні, муніципальні), де випускники працюють у якості керівників організацій, керівників структурних підрозділів, фахівців; органи державного та муніципального управління. Випускники можуть працювати у комерційних, державних, міжнародних та громадських організаціях, маркетингових агенціях, digital-компаніях, e-commerce структурах, консалтингових компаніях, а також реалізовувати власні підприємницькі проєкти.  Випускники освітньо-професійної програми «Маркетинг» можуть здійснювати професійну діяльність у сферах: стратегічного та digital-маркетингу; AI-маркетингу та маркетингової аналітики; e-commerce та управління цифровими каналами продажу; брендингу, маркетингових комунікацій і SMM; управління клієнтським досвідом та розвитку бізнесу; консалтингу, підприємницької та проєктної діяльності тощо.  Магістр з 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 № 4946):</p>

	<p>1210.1 Директор (начальник, інший керівник) підприємства  1226.1 Директор з матеріально-технічного постачання  1229.1 Директор департаменту  1229.1 Заступник директора департаменту - начальник відділу  1229.3 Директор департаменту  1229.7 Генеральний менеджер (управитель)  1231 Керівник (директор, начальник та ін.) департаменту  1233 Директор з маркетингу  1233 Директор комерційний  1233 Начальник відділу збуту (маркетингу)  1233 Начальник комерційного відділу  1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю)  1312 Директор (керівник) малого промислового підприємства (фірми)  1314 Директор (керівник) малої торговельної фірми  1317 Директор малої фірми (рекламної, консалтингової і т. ін.)  1317 Керуючий агентством (маркетинговим, торговельним, нерухомості, рекламним і т.ін.)  1452 Менеджер (управитель) в оптовій торгівлі  1453 Менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі побутовими та непродовольчими товарами  1453.1 Менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі побутовими товарами та їх ремонт  1453.2 Менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами  1454 Менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі продовольчими товарами  1474 Менеджер (управитель) із комунікаційних технологій  1475 Менеджер (управитель) з маркетингу  1475.4 Менеджер (управитель) з постачання  1475.4 Менеджер (управитель) із збуту  1475.4 Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю  1476.1 Менеджер (управитель) з реклами  2419.2 Консультант з маркетингу</p>
<i>Подальше навчання</i>	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набувати додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти, підвищувати кваліфікацію тощо.
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<i>Викладання та навчання</i>	Компетентнісно-орієнтоване, студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання з елементами творчої і науково-дослідної роботи (лекції, практичні заняття, самостійна робота здобувачів, індивідуальна робота з викладачем, кейс методи, проектна робота); бізнес-орієнтоване навчання (воркшопи, майстер класи фахівців-практиків), виробнича практика, переддипломна практика. У процесі навчання використовуються сучасні digital- та AI-інструменти, інструменти маркетингової аналітики, бізнес-аналітики та візуалізації даних.
<i>Оцінювання</i>	Послідовне та прозоре оцінювання здобувачів вищої освіти базується на принципах студентоцентрованого навчання та проводиться відповідно до встановлених процедур, які передбачені Положенням про організацію освітнього процесу. Поточне оцінювання; кейси, презентація індивідуальних завдань, захист курсової роботи, захист звітів з практики, модульні контрольні роботи. Підсумковий контроль – екзамени (письмові) та заліки з урахуванням накопичених балів поточного контролю.

	Атестація проводиться у формі публічного захисту магістерської кваліфікаційної роботи. Система підсумкового оцінювання будується на умовах академічної доброчесності та прозорості. Передбачено можливість апеляції.	
<b>6 - Програмні компетентності</b>		
<b>Група компетентностей</b>	<b>Зміст компетентностей</b>	<b>Шифр</b>
<i>Інтегральна компетентність (ІК)</i>	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог	ІК1
<i>Загальні компетентності (ЗК)</i>	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.	ЗК1 ЗК2 ЗК3  ЗК4 ЗК5 ЗК6  ЗК7 ЗК8
<i>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності спеціальності (СК), визначені стандартом вищої освіти спеціальності</i>	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.	СК1  СК2  СК3  СК4  СК5  СК6  СК7  СК8  СК9
<i>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності спеціальності (СК), визначені Університетом</i>	СК10. Здатність реалізовувати та презентувати маркетингові проекти з використанням сучасних цифрових інструментів СК11. Здатність застосовувати сучасні підходи та інструменти для планування, управління та оцінювання ефективності маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.	СК10  СК11

## 7 - Програмні результати навчання

Шифр	Результати навчання визначені стандартом спеціальності
PH1	PH1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
PH2	PH2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
PH3	PH3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
PH4	PH4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
PH5	PH5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.
PH6	PH6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
PH7	PH7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
PH8	PH8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
PH9	PH9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
PH10	PH10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
PH11	PH11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
PH12	PH12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
PH13	PH13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
PH14	PH14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
PH15	PH15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
<b>Результати навчання визначені Університетом</b>	
PH16	PH16. Застосовувати наукові підходи та методи креативного мислення для формування інноваційних рішень у сфері маркетингу.
PH17	PH17. Розв'язувати складні маркетингові задачі в умовах невизначеності, динамічних змін ринку та цифрової трансформації бізнесу, брати на себе відповідальність за прийняття і реалізацію маркетингових рішень.
PH18	PH 18 Дотримуватись принципів академічної доброчесності, професійної етики та соціальної відповідальності у маркетинговій діяльності
PH 19	PH 19 Інтегрувати принципи сталого розвитку та соціальної відповідальності у процес планування та реалізації маркетингової діяльності.
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<i>Кадрове забезпечення</i>	Викладачі, що забезпечують освітньо-професійну програму, відповідають кадровим вимогам ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів вищої освіти. 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 Ліцензійних кадрових вимог, регулярно підвищують свою кваліфікацію, є визнаними професіоналами з досвідом практичної, дослідницької, управлінської, інноваційної або творчої роботи за фахом. Всі викладачі випускової кафедри володіють англійською мовою на рівні B2, що підтверджено відповідними дипломами та сертифікатами.
<i>Матеріально-технічне забезпечення</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– гуртожиток;</li> <li>- навчальні корпуси;</li> <li>– тематичні кабінети;</li> <li>– комп'ютерні класи;</li> <li>– точки бездротового доступу до мережі Інтернет;</li> <li>– мультимедійне обладнання;</li> <li>– спортивна та актові зали</li> </ul>
<i>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</i>	<p>Освітні компоненти забезпечені підручниками і навчальними посібниками, навчально-методичними розробками, практикумами, методичними вказівками розробленими викладачами університету чи іншими провідними фахівцями з маркетингу. Навчально-методичні комплекси дисциплін за структурою і змістом відповідають вимогам.</p> <p>Інформаційною допомогою слугує:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– офіційний сайт: <a href="http://duan.edu.ua">http://duan.edu.ua</a> ;</li> <li>– бездротовий доступ до мережі Інтернет;</li> <li>– наукова бібліотека, читальні зали;</li> <li>– віртуальне навчальне середовище Google Classroom, Zoom, електронна бібліотека, репозитарій та АСУ Університет.</li> </ul> <p>Навчально-методичне забезпечення представлено у віртуальному навчальному середовищі Google Classroom. Читальні зали забезпечені відповідними фаховими періодичними виданнями є доступ до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою, зокрема бази JSTOR тощо.</p> <p>В освітньому процесі використовуються стандартне програмне забезпечення та спеціалізовані програмні оболонки, зокрема ліцензійний ZOOM для відеоконференцій тощо. Сучасні цифрові та аналітичні інструменти та програмне забезпечення використовується викладачами і здобувачами для підготовки до лекційних та практичних занять, самостійної роботи, виконання індивідуальних завдань, здійснення наукових досліджень.</p>
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<i>Національна академічна мобільність</i>	<p>Кожен здобувач вищої освіти має можливість в рамках національної академічної мобільності проходити у ЗВО – партнерах окремі курси, навчатися протягом семестру з подальшим визнанням отриманих результатів та зарахуванням кредитів.</p> <p>Принципи академічної мобільності визначаються законодавством України. Можливість навчатися за кількома спеціальностями або у кількох ЗВО одночасно визначається законодавством України</p>
<i>Міжнародна академічна мобільність</i>	<p>Принципи міжнародної академічної мобільності визначаються законодавством України, інших країн та міждержавними угодами.</p> <p>Кожен здобувач вищої освіти має можливість пройти процедуру визнання кредитів / періодів навчання.</p>
<i>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</i>	<p>Програма передбачає можливість навчання іноземних громадян. Іноземні здобувачі мають можливість за бажанням відвідувати лекції та практичні заняття з вибіркового дисциплін, які викладаються англійською мовою.</p>

## 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 за двома циклами підготовки:

- цикл загальної підготовки;
- цикл професійної підготовки.

У табл. 1 та 2 представлений 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 освітньо-професійній програмі одному навчальному року відповідає 60 кредитів ЄКТС. Одному кредиту ЄКТС відповідають 30 годин загального навчального навантаження здобувача.

### 2.1. Перелік компонент ОПП

Код о/к	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
<b>Обов'язкові компоненти</b>			
<i>Цикл загальної підготовки (ОЗП)</i>			
ОЗП 1.	Фінансовий менеджмент	5	залік
ОЗП 2.	Методологія наукових досліджень в маркетингу	3	залік
<i>Цикл професійної підготовки (ОПП)</i>			
ОПП 1.	Стратегічний маркетинг	6	екзамен
ОПП 2.	Курсова робота (Стратегічний маркетинг)	1	захист курсової роботи
ОПП 3.	Рекламний менеджмент і управління брендом	5	екзамен
ОПП 4.	Товарна інноваційна політика	5	екзамен
ОПП 5.	Маркетинговий менеджмент	5	екзамен
ОПП 6.	Виробнича практика	6	залік
ОПП 7.	Переддипломна практика	5	залік
ОПП 8	<b>Кваліфікаційна робота</b>	15	попередній захист
ОПП 9	Захист кваліфікаційної роботи	1	захист
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>		<b>57</b>	
<b>Вибіркові компоненти*</b>			
<i>Цикл загальної підготовки (ВЗП)</i>			
ВЗП 1	Вибіркова дисципліна циклу загальної підготовки	4	залік
ВЗП 2	Вибіркова дисципліна циклу загальної підготовки	3	залік
<i>Блок 1. МАРКЕТИНГ Цикл професійної підготовки (ВПП) **</i>			
ВПП 1.	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
ВПП 2.	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
ВПП 3.	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	5	залік
<i>Блок 2. МАРКЕТИНГ AI Цикл професійної підготовки (ВПП)**</i>			
ВПП 1.	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
ВПП 2.	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
ВПП 3.	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	5	залік

<b>Блок 3. E-COMMERCE Цикл професійної підготовки (ВПП)**</b>			
ВПП 1.	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
ВПП 2.	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	4	залік
ВПП 3.	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	5	залік
<b>Блок 4. Цикл професійної підготовки (ВПП)** *</b>			
ВПП 4	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	5	екзамен
ВПП 5	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки	5	залік
ВПП 6	<b>Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки</b>	3	залік
	<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>	33	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ</b>			90

\* 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.

\*\*Здобувач обирає блок 1, 2 або блок 3, залежно від обраного професійного спрямування.

\*\*\*Дисципліни з блоку 4 може обрати здобувач незалежно від обраного професійного спрямування

## 2.2. Структурно-логічна схема ОПП

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

## 3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» проводиться у формі захисту кваліфікаційної роботи і завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: магістр 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	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10	СК 11
PH1	+									+	+							+		
PH2	+	+	+							+	+							+		
PH3	+	+				+			+			+								
PH4	+	+	+		+				+						+	+				
PH5	+						+		+		+	+							+	
PH6	+	+							+	+										
PH7	+			+									+	+			+			
PH8	+												+						+	
PH9	+	+								+					+					
PH10	+	+		+											+	+				
PH11	+					+								+						
PH12	+	+						+								+	+			
PH13	+	+		+										+	+	+	+			
PH14	+				+										+					
PH15	+						+				+	+								
PH16	+						+	+		+	+		+					+	+	+
PH17	+	+		+			+	+	+	+										
PH18	+	+					+	+												
PH 19	+	+		+																+

Скорочення:

ІК – інтегральна компетентність

ЗК - загальні компетентності

СК - спеціальні (фахові) компетентності

PH - результати навчання

# МАТРИЦЯ «ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ-РЕЗУЛЬТАТИ»

Таблиця 3

	РН1 (СК1, СК2, СК9)	РН2 (ЗК1, ЗК2, СК1, СК2, СК9)	РН3 (ЗК1, ЗК6, ЗК8, СК3, СК5)	РН4 (ЗК1, ЗК2, ЗК4, СК6, СК7, СК8)	РН5 (ЗК6, ЗК8, СК2, СК3, СК10)	РН6 (ЗК1, ЗК8, СК1, СК2, СК6, СК8)	РН7 (ЗК2, ЗК3, ЗК4, СК5, СК6, СК8)	РН8 (ЗК2, ЗК5, СК4, СК10)	РН9 (ЗК1, СК1, СК4, СК6, СК7, СК8)	РН10 (ЗК1, ЗК2, СК6, СК7, СК8)	РН11 (ЗК6, СК5, СК6, СК7, СК8)	РН12 (ЗК1, ЗК8, СК5, СК7, СК8)	РН13 (ЗК1, ЗК3, СК5, СК6, СК7, СК8)	РН14 (ЗК4, ЗК5, СК6, СК8)	РН15 (ЗК6, СК2, СК3, СК5, СК7)	РН 16 (ЗК2, ЗК6, ЗК7, ЗК8, СК1, СК2, СК3, СК4, СК7, СК8, СК9, СК10, СК11)	РН7 (ЗК4, ЗК5, ЗК6, ЗК7, ЗК8, СК5, СК6, СК7, СК10)	РН8 (ЗК1, ЗК2, ЗК3, ЗК4, СК7, СК10)	РН19 (ЗК1, ЗК3, СК11)	
<b>Освітні компоненти / Результати</b>																				
<i>Обов'язкові освітні компоненти</i>																				
Стратегічний маркетинг	+	+		+			+		+	+	+	+			+		+	+	+	+
Стратегічний маркетинг. Курсова робота	+	+	+	+	+						+	+			+		+	+	+	+
Рекламний менеджмент і управління брендом		+		+			+						+		+		+	+	+	+
Фінансовий менеджмент		+			+				+					+			+	+	+	+
Товарна інноваційна політика		+	+					+	+	+					+	+	+	+	+	+
Маркетинговий менеджмент		+		+		+	+			+			+		+		+	+	+	+
Методологія наукових досліджень в маркетингу			+		+			+							+	+	+	+	+	+
Виробнича практика	+			+		+	+	+	+	+			+	+	+		+	+	+	+
Переддипломна практика	+		+	+		+	+	+	+	+	+	+		+		+	+	+	+	+
Кваліфікаційна робота	+	+	+	+	+			+	+	+	+				+	+	+	+	+	+

#### 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 наводиться в табл. 4.

Таблиця 4

#### Оцінка системи внутрішнього забезпечення якості в Університеті імені Альфреда Нобеля

Процедури та заходи системи внутрішнього забезпечення якості згідно Закону України «Про вищу освіту»	Оцінка стану формування і застосування відповідних процедур та заходів в Університеті
1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти	Освітні програми мають чітко сформульовані цілі, які відповідають місії та стратегії Університету імені Альфреда Нобеля. Освітня діяльність базується на засадах студентоцентрованого навчання та удосконалюється з урахуванням освітніх потреб громадян, потреб ринку праці та інтересів всіх груп стейкхолдерів. Розроблені та діють: Положення про організацію освітнього процесу Університету імені Альфреда Нобеля, Положення про порядок визнання Університетом імені Альфреда Нобеля результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти, Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти, Положення про Комісію з трансферу в Університеті імені Альфреда Нобеля, Положення про академічну мобільність здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників, Положення про групи зі змісту та якості освіти в Університеті імені Альфреда Нобеля.
2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм	Застосовуються процедури моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм відповідно до Положення про організацію освітнього процесу (розділ II. Організація освітнього процесу, підрозділ 2.1. Освітня (освітньо-професійна, освітньо-наукова) програма, пп. 2.1.4. Процедура моніторингу та перегляду освітніх програм).
3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників ЗВО та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті ЗВО, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб	Діє механізм оцінювання досягнень здобувачів-претендентів на отримання стипендій; оцінювання науково-педагогічних працівників на основі рейтингів науково-дослідної, науково-методичної та науково-організаційної роботи і рейтингування викладачів за результатами анкетування здобувачів (Положення про систему рейтингування науково-дослідної, науково-методичної та науково-організаційної роботи викладачів). Результати оцінки та рейтингування оприлюднюються на веб-сайті Університету.
4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і	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

Процедури та заходи системи внутрішнього забезпечення якості згідно Закону України «Про вищу освіту»	Оцінка стану формування і застосування відповідних процедур та заходів в Університеті
науково-педагогічних працівників	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, у 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 ВАФ «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 ефективною 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 ефективною 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 відображено у Положенні про організацію освітнього процесу Університету імені Альфреда Нобеля (додаток А.1.1).

## 5. Практика здобувачів

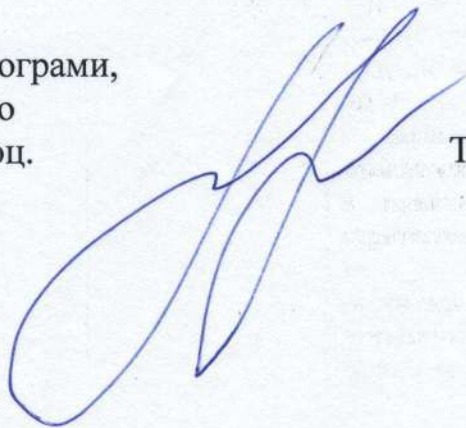
Практика здобувачів вищої освіти є невід'ємною складовою частиною процесу підготовки фахівців і проводиться на відповідних базах практики.

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

№ з/п	Вид практики (семестр, в якому проводиться практика)	Кількість кредитів (тривалість практики в год.)	Заплановані результати	Зміст практики	Звітність
1.	Виробнича практика (2 семестр)	6 (180)	PH1, PH4, PH6, PH7, PH8, PH9, PH10, PH13, PH14, PH15, PH17.	Метою виробничої практики є формування та розвиток у здобувачів професійного вміння приймати самостійні рішення в умовах конкретного виробництва, формування навичок практичної роботи за обраною спеціальністю, поглиблення знань про сучасні технології та обладнання підприємств, їх діючої нормативної бази, зменшення часу на адаптацію випускників на первинних посадах.	Звіт про практику є основним документом, в якому здобувач висловлює рішення завдань, поставлених перед ним у період практики.
2.	Переддипломна практика (3 семестр)	5 (150)	PH1, PH4, PH6, PH7, PH8, PH9, PH10, PH11, PH12, PH14, PH16, PH18	Метою переддипломної практики є формування та розвиток у здобувачів професійного вміння приймати самостійні рішення в умовах конкретного виробництва, поглиблення знань про сучасні технології	Звіт про практику є основним документом, в якому здобувач висловлює рішення завдань, поставлених перед ним у період практики.

				маркетингу, набуття навичок і діагностуванн я і планування маркетингово ї діяльності, ознайомлення з практикою стратегічного і оперативного управління на підприємстві.	
--	--	--	--	--	--

Гарант освітньо-професійної програми,  
завідувач кафедри міжнародного  
маркетингу, канд. екон. наук, доц.



Т.С. МІШУСТІНА

## Структурно-логічна схема ОПП

1 курс		2 курс	
1 семестр	2 семестр	3 семестр	
Фінансовий менеджмент (5 кредитів)	Рекламний менеджмент та управління брендом (5 кредитів)	Методологія наукових досліджень в маркетингу (3 кредити)	
Стратегічний маркетинг (6+1 кредитів)	Маркетинговий менеджмент (5 кредитів)	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки 5 (4 кредити)	
Товарна інноваційна політика (5 кредитів)	Вибіркова дисципліна циклу загальної підготовки 2 (4 кредити)	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки 6 (3 кредити)	
Вибіркова дисципліна циклу загальної підготовки 1 (4 кредити)	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки 1 (4 кредити)	Виробнича практика (5 кредитів)	
Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки 1 (4 кредити)	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки 4 (5 кредити)	Кваліфікаційна робота (15+1 кредитів)	
Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки 2 (4 кредитів)	Виробнича практика (6 кредитів)		
30 кредитів	30 кредитів	30 кредитів	
Загальний обсяг 90 кредитів			
Дисципліни обов'язкової загальної підготовки (8 кредитів)	Дисципліни обов'язкової професійної підготовки (49 кредитів)	Вибіркові дисципліни загальної підготовки (8 кредитів)	Вибіркові дисципліни професійної підготовки (25 кредитів)

