



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВІДКРИТИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РОЗВИТКУ ЛЮДИНИ «УКРАЇНА»**

ЗАТВЕРДЖЕНО

рішенням Вченої ради Відкритого
міжнародного університету розвитку
людини «Україна»
протокол № 04 від «02» липня 2020 року

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНИЙ СТУПІНЬ
Фаховий молодший бакалавр
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Кваліфікація: фаховий молодший бакалавр маркетингу

Освітня програма вводиться в дію
наказом № 93 від «09» липня 2020 року

Президент Відкритого міжнародного
університету розвитку людини «Україна»

_____ П.М. Таланчук

Київ - 2020

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
спеціальності 075 «Маркетинг»
освітньо-професійного рівня фахової передвищої освіти

Проректор з навчально-виховної роботи	_____	О.П. Коляда
Начальник відділу методичної роботи	_____	В.М. Баула
Голова Науково-методичного об'єднання з управління та адміністрування	_____	Р.Г. Дубас
Директор Інституту економіки та менеджменту	_____	С.С. Нестеренко
Директор Коледжу «Освіта»	_____	С.І. Смолянова
Гарант освітньої програми доцент кафедри маркетингу, д.е.н., доцент	_____	Г.Ю. Олійник
Представники роботодавців: директор ТОВ «КЮРА ФАРМА»	_____	О.О. Чистякова
голова Правління Sp.z.o.o.Miedzymorze	_____	А. Островський

ПЕРЕДМОВА

Розроблено проектною групою у складі:

1. Олійник Георгій Юрійович (керівник);
2. Аль-Тмейзі Аліна Юріївна;
3. Дубас Ростислав Григорович.

Рекомендовано Науково-методичним об'єднанням з управління та адміністрування у складі:

1. Дубас Ростислав Григорович (голова), д.е.н.;
2. Аль-Тмейзі Аліна Юріївна, к.е.н.;
3. Семененко Олена Володимирівна, к.е.н.;
4. Зубков Руслан Андрійович, д.е.н.;
5. Шафранова Катерина Володимирівна, к.е.н.;
6. Швед Вадим Валерійович, к.е.н.;
7. Долинський Сергій Вікторович;
8. Кутліна Ірина Юріївна, к.т.н.;
9. Дробот Ярослав Вікторович, к.е.н.;
10. Черненко Олександр Володимирович, к.п.н.;
11. Припутя Наталія Володимирівна, к.е.н.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Чистякова Олена Олегівна, директор ТОВ «КЮРА ФАРМА»;
2. Островський Анатолій, Голова Правління Sp.z.o.o.Miedzymorze.

Склад проектної групи затверджено наказом Університету «Україна» від 16 квітня 2020 р. № 58.

Зміст освітньої програми розглянуто на засіданні Вченої ради Інституту економіки та менеджменту (протокол від 24 квітня 2020 р. №4).

Зміст освітньої програми розглянуто на засіданні Науково-методичного об'єднання з управління та адміністрування (протокол від «28» квітня 2020 р. № 3).

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу освіти та структурного підрозділу	Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна» Інститут економіки та менеджменту, кафедра маркетингу Коледж «Освіта»
Рівень передвищої освіти	Фахова передвища освіта
Ступінь передвищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	фаховий молодший бакалавр фаховий молодший бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Форма навчання	денна, заочна, дистанційна
Освітня кваліфікація	Фаховий молодший бакалавр маркетингу
Професійна кваліфікація	Не передбачено
Кваліфікація в дипломі	Рівень передвищої освіти – Фаховий молодший бакалавр Спеціальність – 075 Маркетинг Освітньо-професійна програма – Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом фахового молодшого бакалавра маркетингу, одиничний, 120 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 10 місяців
Наявність акредитації	Міністерство освіти і науки України Акредитована до 1 липня 2025 р.
Цикл/рівень	НРК України – 5 рівень, FQ-EHEA – початковий (короткий) цикл, EQF-LLL – 5 рівень
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти, профільної середньої освіти (незалежно від здобутого профілю), професійної (професійно-технічної) освіти, фахової передвищої освіти або вищої освіти. Для здобуття ступеня фахового молодшого бакалавра на основі диплома кваліфікованого робітника ЗВО має право скорочувати обсяг освітньої програми. - на основі профільної середньої освіти становить 120-180 кредитів ЄКТС, з яких до 60 кредитів ЄКТС може бути зараховано на підставі визнання результатів навчання осіб, які здобули профільну середню освіту за відповідним або спорідненим спеціальності профілем; - на основі базової середньої освіти становить до 240 кредитів ЄКТС, у тому числі 120 кредитів ЄКТС за інтегрованою з нею освітньою програмою профільної середньої освіти професійного спрямування, що відповідає галузі знань та/або спеціальності; - на основі професійної (професійно-технічної) освіти, фахової передвищої освіти або вищої освіти визначається закладом фахової передвищої освіти з урахуванням визнання раніше здобутих результатів навчання. Обсяг такої програми становить не менше 50% загального обсягу освітньо-професійної програми на основі профільної середньої освіти. Мінімум 65% обсягу освітньо-професійної програми має бути спрямовано на забезпечення результатів навчання за спеціальністю, визначених Тимчасовим стандартом фахової передвищої освіти.

Мова(и) викладання	українська
Термін дії освітньої програми	2020-2022 р.р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://ab.uu.edu.ua/NM_zabezpechennya_specialnostey_2020-21
2 – Мета освітньої програми	
- підготовка фахових молодших бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності; - надання базових знань з маркетингу шляхом проведення теоретичного та практичного навчання.	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	<i>Галузь знань:</i> 07 Управління та адміністрування <i>Спеціальність:</i> 075 Маркетинг. <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> підготовка фахових молодших бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, формування управлінських рішень у сфері маркетингу. <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна, прикладна для фахового молодшого бакалавра. Програма складається з дисциплін загальної, професійної та практичної підготовки. Структура програми передбачає оволодіння знаннями щодо сучасних методів прийняття управлінських рішень; планування маркетингової діяльності організації; методів забезпечення конкурентоспроможності організації.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна освіта з маркетингу, програма підготовки фахового молодшого бакалавра з маркетингу базується на загальновідомих результатах із урахуванням стану сучасних досліджень актуальних проблем маркетингу. Формування фахової компетентності щодо вміння здійснювати маркетингову діяльність на підприємстві. Основний фокус, акценти та завдання програми спрямовані на формування знань, умінь та компетентностей випускників

	програми щодо володіння сучасним інструментарієм з маркетингу та обґрунтування напрямів із підвищення ефективності діяльності підприємства в мінливих ринкових умовах. Підготовка фахівців здійснюється на базі наукових та методологічних основ із маркетингу для підприємств різних галузей і сфер діяльності. Основний фокус програми полягає в забезпеченні компетентностей із тактичного планування, управління, організації та впровадження підприємницької діяльності на підприємствах різних галузей і сфер економіки.
Особливості програми	В циклі професійної підготовки передбачено дисципліни, вивчення яких дозволить оволодіти теоретичними знаннями та практичними навичками управління соціально-економічними підсистемами. Здатність розв'язувати спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі маркетингової діяльності або в процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів маркетингу і характеризується комплексністю та невизначеністю умов. Програма включає значну практичну підготовку, а саме 2 види практик: ознайомчу та навчальну. Мінімум 65% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	При успішному завершенні програми випускники мають право обіймати такі первинні посади: • керівник: виробничих підрозділів в оптовій і роздрібній торгівлі; виробничих підрозділів у комерційному обслуговуванні; підрозділів маркетингу; виробничих підрозділів у складському господарстві; підрозділів матеріально-технічного постачання; малих підприємств без апарату управління в оптовій і роздрібній торгівлі; малих підприємств без апарату управління у комерційному обслуговуванні; • керуючий магазином; • керуючий агентством (торговельним, рекламним та іншим); • директор (керівник) малої торговельної (рекламної, комерційної тощо) фірми; • керівник малого (складського) підприємства; • комерсант; • завідувач складу; • завідувач контейнерного майданчика; • агент із торгівлі майном, із комерційних послуг та торговельний брокер; • комівояжер; • торговельний представник; • брокер (посередник) із купівлі – продажу товарів; • службовець на складі; • заготівельник продукції і сировини; • товарознавець; • представник із реклами; • ревізор комерційний; • експедитор; • комірник. Споріднені первинні посади: керівник малого підприємства,

	установи та організації; керівники підрозділів матеріально-технічного постачання; керівник малого підприємства без апарату управління в промисловості; консультант із ефективності підприємництва. Професійні назви робіт та професійні компетентності: • проведення аналізу конкурентних позицій підприємства та оцінювання конкурентної ситуації на ринку; • діагностика внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища підприємства; • проведення маркетингового обґрунтування бізнес-плану; • проведення моніторингу маркетингової діяльності; • обґрунтування ціни на товар; • здійснення організації маркетингової діяльності на підприємстві; • оцінювання конкурентоспроможності підприємства та його продукції; • здійснення планування асортименту товарів; • проведення планування збуту товарів; • проведення планування комунікаційної кампанії; • проведення планування маркетингової діяльності підприємства; • прогнозування кон'юнктури товарного ринку; • розроблення бізнес-плану інноваційного проекту; • розроблення плану маркетингу; • розроблення програми просування торгової марки; • формування медіаплану рекламної кампанії; • управління брендом підприємства; • управління витратами на маркетинг. Професійні можливості: • приймати ефективні управлінські рішення щодо планування, організації, мотивації та контролю маркетингової діяльності підприємств; • аналізувати та розробляти заходи щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства; • забезпечувати ефективне маркетингове обґрунтування інноваційних бізнес-проектів; • організовувати успішний власний бізнес; • проводити дослідження міжнародних ринків послуг; • розуміти мотиви купівельного поведіння споживачів; • проводити дослідження цінностей, преференцій та очікувань споживачів; • налагоджувати ефективні канали збуту послуг на міжнародному ринку; • креативно мислити; • працювати в команді.
Подальше навчання	Особа має право на продовження навчання на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Основні підходи, методи та технології, які використовуються в даній програмі: студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, електронне навчання в системі Moodle, самонавчання, навчання на основі досліджень тощо. Аудиторна та самостійна робота на засадах проблемно-

	орієнтованого підходу з використанням сучасних освітніх технологій та методик (тренінги, презентації, дискусії, модерації, моделювання ситуацій, «мозкова атака», метод «кейс-стаді», робота в малих групах, дистанційне навчання) Комбінований підхід до навчання: поєднання традиційних та нетрадиційних методів навчання із використанням тематичних, проблемних, оглядових, у тому числі за участі фахівців-практиків, вирішення розрахунково-аналітичних та творчих задач, самостійна робота студентів, підготовка курсових робіт, ознайомча і навчальна практики (в т.ч. навчальний тренінг), консультації викладачів.
Оцінювання	Поточний контроль, заліки, письмові экзамени, захист курсових робіт, звіти про проходження ознайомчої та навчальної практики, підсумкова атестація в формі комплексного атестаційного экзамену.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 1. 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. ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця в загальній системі знань про природу і суспільство та в розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК 4. Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями. ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та професійної діяльності. ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 8. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК 10. Здатність працювати в команді. ЗК 11. Здатність спілкуватися із представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК 12. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження в різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. СК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
7 – Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання, визначені стандартом фахової передвищої освіти спеціальності	Р 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Р 2. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного інструментарію. Р 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Р 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Р 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. Р 8. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. Р 9. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

	Р 10. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Р 11. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. Р 12. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. Р 13. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. Р 14. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. Р 15. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Частка педагогічних працівників вищої категорії, які викладають лекційні години дисциплін навчального плану спеціальності та працюють у коледжі за основним місцем роботи, не менше 25% від загальної кількості годин навчального плану. Проведення лекцій із навчальних дисциплін, що забезпечують формування професійних компетентностей, педагогічними працівниками, які є визнаними професіоналами з досвідом роботи за фахом, не менше 10% від загальної кількості годин навчального плану. Всі педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму, за кваліфікацією відповідають профілю і напрямку дисциплін, що викладаються, мають необхідний стаж педагогічної роботи та досвід практичної роботи. В процесі організації навчального процесу залучаються професіонали з досвідом дослідницької /управлінської /інноваційної /творчої роботи та/або роботи за фахом.
Матеріально-технічне забезпечення	Університет здійснює матеріально-технічне забезпечення: - аудиторний фонд; - бібліотека; - комп'ютерні класи; - Україно-Корейський комп'ютерний центр; - медичний кабінет; - Науково-практичний медико-реабілітаційний центр; - Центр інклюзивної освіти; - їдальня (кав'ярня); - гуртожитки; - спортивні майданчики, зали і стадіон; - наявність пандусів; - наявність пасажирських ліфтів та ін.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення передбачає наявність: • бібліотечного фонду, електронних підручників, посібників, конспектів лекцій, опорних конспектів лекцій; • навчально-методичних комплексів дисциплін; • методичних матеріалів для підготовки і захисту курсових робіт; • пакетів ККР; • програм ознайомчої та навчальної практики;

	• методичних матеріалів для самостійної роботи студентів; • навчально-методичних матеріалів, викладених на платформі Moodle; • відеолекцій та аудіолекцій; • пакетів прикладних програм та ін. З метою управління освітніми процесами розроблено ефективну політику в сфері інформаційного менеджменту та відповідну інтегровану інформаційну систему управління освітнім процесом. Дана система передбачає автоматизацію основних функцій управління освітнім процесом, зокрема: забезпечення проведення вступної компанії, планування та організацію навчального процесу; доступ до навчальних ресурсів; облік та аналіз успішності здобувачів освіти; адміністрування основних та допоміжних процесів забезпечення освітньої діяльності; моніторинг дотримання стандартів якості; управління знаннями та інноваційний менеджмент; управління кадрами та ін.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Рекламна агенція "Рубльовка", ТОВ "Вега Люкс", ТОВ "Продукти", ТОВ "Аграрник", ТОВ "Анкор Персонал Україна".
Міжнародна кредитна мобільність	Тривалі міжнародні проєкти в галузі туризму у вигляді виробничих практик за фахом (Туреччина, Кіпр, Болгарія).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Умови та особливості в контексті навчання іноземних громадян: - освітньо-професійний рівень фахової передвищої освіти за спеціальністю «Маркетинг»; – умови прийому на навчання за програмою регламентуються Правилами прийому до Університету «Україна»

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

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Обсяг		Форма підсумк. контролю	Семес- три
		кредити ECTS	академ.години		
1	2	3	4	5	6
I. ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ					
Обов'язкові компоненти освітньої програми					
ОК.1.1	Україна в контексті світового розвитку	4	120	дз	2
ОК.1.2	Українська мова (за професійним спрямуванням)	4	120	з,і	1,2
ОК.1.3	Фізична культура (Фізичне виховання. Основи здорового способу життя)	5	150	з,з	1,2
ОК.1.4	Інформаційні технології	6	180	з,і	1,2
ОК.1.5	Основи наукових досліджень та академічного письма	4	120	з	2
ОК.1.6	Інклюзивне суспільство	1	30	з	4
ОК.1.7	Основи навчання студентів (самоуправління навчанням)	3	90	з	1
ОК.1.8	Іноземна мова	6	180	з,з,і	1,2,3
ОК.1.9	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	2	60	з	4
Всього ОК за I циклом		35	1050		
Вибіркові компоненти освітньої програми					
Всього ВК за I циклом		10	300		
ВК.1.2	Дисципліни вільного вибору студентів із загальноуніверситетського переліку дисциплін	5	150	з	4
ВК.1.n		5	150	з	3
Всього за циклом загальної підготовки		45	1350		
II. ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ					
Обов'язкові компоненти освітньої програми					
ОК.2.1	Етика бізнесу	6	180	і	1
ОК.2.2	Вступ до спеціальності	5	150	з	1
ОК.2.3	Економічна теорія (мікро- та макроекономіка	9	270	і,і	2,3
ОК.2.4	Економіка підприємства	3	90	і	3
ОК.2.5	Менеджмент	3	90	і	1
ОК.2.6	Маркетинг	9	270	з,і,КСР	3,4
ОК.2.7	Бухгалтерський облік	3	90	і	1
ОК.2.8	Фінанси, гроші і кредит	4	120	і	4
ПР 1	Ознайомча практика	3	90	дз	2
ПР 2	Навчальна практика	3	90	дз	4
	Атестаційний екзамен	2	60		

Всього ОК за II циклом		50	1500		
Вибіркові компоненти освітньої програми					
Всього ВК за II циклом		25	750		
ВК.2.1	Дисципліни вільного вибору студентів із переліку циклу професійної підготовки	6	180	3	4
ВК.2.2		7	210	3	2,3
ВК.2.3		6	180	3	3,4
ВК.2.4		6	180	3	3,4
Всього за циклом професійної підготовки		75	2250		
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ					
Всього кредитів дисциплін вільного вибору		35	1050		
РАЗОМ:		120	3600		

Вибіркові компоненти – 35 кредитів (29,1%), із них:
з циклу загальної підготовки – 10 кредитів (8,3%),
з циклу професійної підготовки – 25 кредитів (20,8%).

Освітня компонента обирається студентом із запропонованих найменувань:

Цикл загальної підготовки

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Обсяг		Форма підсумк. контролю	Семестри
		кредити ECTS	академ. години		
1	2	3	4	5	6
ВК 1.1	Міжнародна економіка	5	150	3	4
	Управління персоналом				
ВК 1.2	Регіональна економіка	5	150	3	3
	Основи підприємства				

Цикл професійної підготовки

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Обсяг		Форма підсумк. контролю	Семестри
		кредити ECTS	академ. години		
1	2	3	4	5	6
ВК 2.1	Фінанси підприємства	6	180	3	4
	Міжнародний маркетинг				
ВК 2.2	Аналіз господарської діяльності	7	210	3	2,3
	Комерційна діяльність				
	Креативні технології				
	Маркетинг у туризмі				
ВК 2.3	Комунікативний менеджмент	6	180	3	3,4
	Мережевий маркетинг				
ВК 2.4	Маркетинг у галузях і сферах діяльності	6	180	3	3,4
	Економічний аналіз				

2.2. Структурно-логічна схема ОП

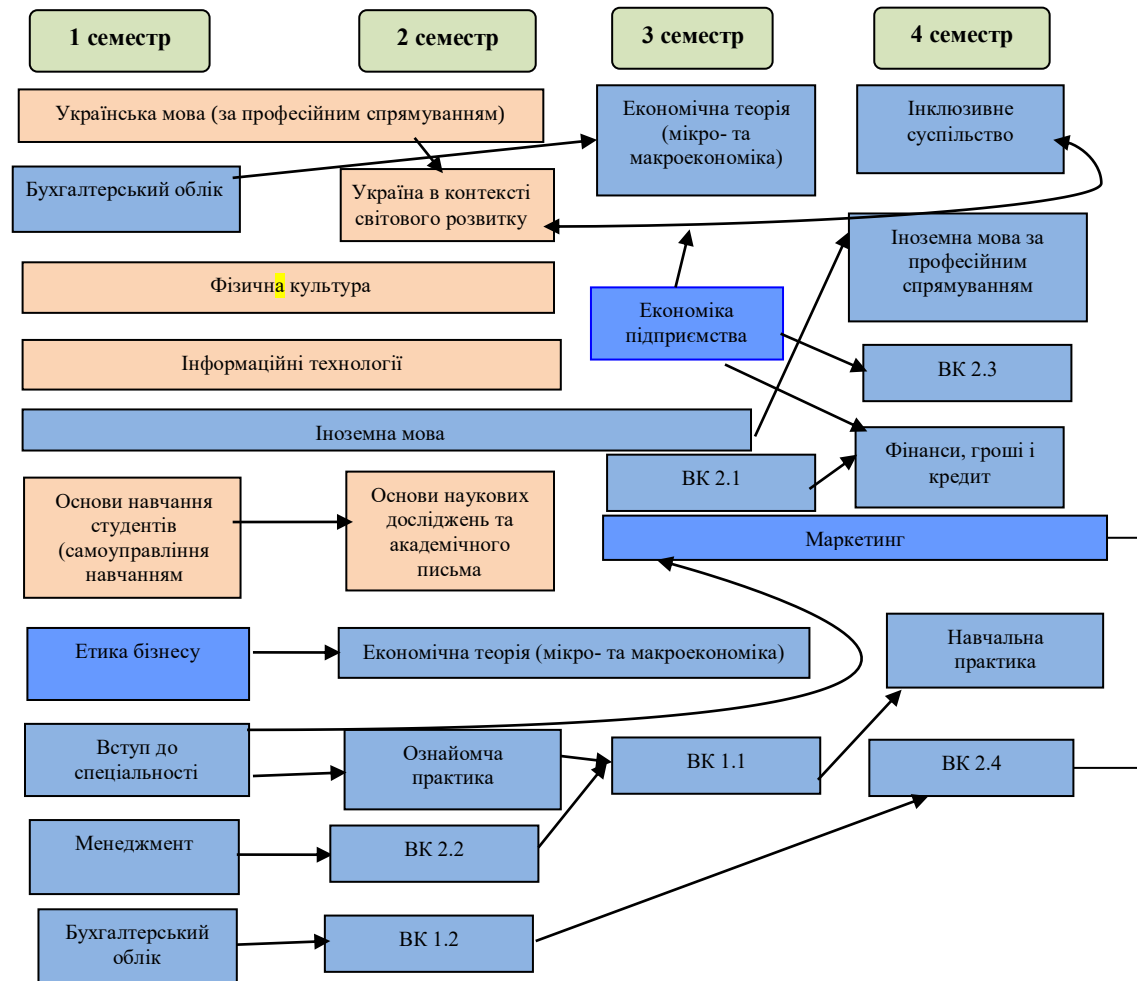


Рис. 1. Взаємозв'язок складових програми підготовки молодшого спеціаліста з маркетингу

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми 075 «Маркетинг» проводиться в формі кваліфікаційного атестаційного екзамену з маркетингу.

Атестація завершується видачею документа встановленого зразка про присудження ступеня фахового молодшого бакалавра із присвоєнням кваліфікації «фаховий молодший бакалавр маркетингу».

Вимоги до атестації згідно програми атестаційного екзамену.

3.1. Вимоги до атестаційного екзамену

Кваліфікаційний атестаційний екзамен зі спеціальності 075 «Маркетинг» включає дисципліну циклу професійної підготовки «Маркетинг».

Кваліфікаційний атестаційний екзамен складається із двох частин: теоретичної – тестова перевірка знань; практичної – відповіді на теоретичні питання і розв'язання ситуаційної задачі, що дозволяє перевірити рівень сформованості відповідних умінь та навичок.

Ухвалення екзаменаційною комісією рішення про присудження кваліфікації «фаховий молодший бакалавр маркетингу» та видачу диплома фахового молодшого бакалавра за результатами підсумкової атестації студентів оголошуються після оформлення в установленому порядку протоколів засідань екзаменаційної комісії.

4. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості фахової передвищої освіти

В закладі фахової передвищої освіти повинна функціонувати система забезпечення закладом якості освітньої діяльності та якості фахової передвищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

1) визначення та оприлюднення політики, принципів та процедур забезпечення якості фахової передвищої освіти, що інтегровані до загальної системи управління університетом, узгоджені з його стратегією і передбачають залучення внутрішніх та зовнішніх зацікавлених сторін;

2) визначення і послідовне дотримання процедур розроблення освітньо-професійних програм, які забезпечують відповідність їх змісту стандартам фахової передвищої освіти (професійним стандартам – за наявності), декларованим цілям, урахування позицій зацікавлених сторін, чітке визначення кваліфікацій, що присуджуються та/або присвоюються, які мають бути узгоджені з Національною рамкою кваліфікацій;

3) здійснення за участю здобувачів освіти моніторингу та періодичного перегляду освітньо-професійних програм з метою гарантування досягнення встановлених для них цілей та їх відповідності потребам здобувачів фахової передвищої освіти і суспільства, включаючи опитування здобувачів фахової передвищої освіти;

4) забезпечення дотримання вимог правової визначеності, оприлюднення та послідовного дотримання нормативних документів закладу фахової передвищої освіти, що регулюють усі стадії підготовки здобувачів фахової передвищої освіти (прийом на навчання, організація освітнього процесу, визнання результатів навчання, переведення, відрахування, атестація тощо);

5) забезпечення релевантності, надійності, прозорості та об'єктивності оцінювання, що здійснюється в рамках освітнього процесу;

6) визначення та послідовне дотримання вимог щодо компетентності педагогічних працівників, застосовування чесних і прозорих правил прийняття на роботу та безперервного професійного розвитку персоналу;

7) забезпечення необхідного фінансування освітньої та викладацької діяльності, а також адекватних та доступних освітніх ресурсів і підтримки здобувачів фахової передвищої освіти за кожною освітньо-професійною програмою;

8) забезпечення збирання, аналізу і використання відповідної інформації для ефективного управління освітньо-професійними програмами та іншою діяльністю закладу;

9) забезпечення публічної, зрозумілої, точної, об'єктивної, своєчасної та легкодоступної інформації про діяльність закладу та всі освітньо-професійні програми, умови і процедури присвоєння ступеня фахової передвищої освіти та кваліфікацій;

10) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладу і здобувачами фахової передвищої освіти, в тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату та інших порушень академічної доброчесності, притягнення порушників до академічної відповідальності;

11) періодичне проходження процедури зовнішнього забезпечення якості фахової передвищої освіти;

12) залучення здобувачів фахової передвищої освіти та роботодавців як повноправних партнерів до процедур і заходів забезпечення якості освіти;

13) забезпечення дотримання студентоорієнтованого навчання в освітньому процесі;

14) здійснення інших процедур і заходів, що описані в [Положенні про систему забезпечення якості підготовки здобувачів освіти](#).

Система внутрішнього забезпечення якості фахової передвищої освіти за поданням закладу фахової передвищої освіти оцінюється Державною службою якості освіти або акредитованими нею незалежними установами оцінювання та забезпеченім якості фахової передвищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості фахової передвищої освіти, що затверджуються Державною службою якості освіти та Стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості фахової передвищої освіти.

5. Вимоги професійних стандартів

Загальноприйняті професійні стандарти – відсутні.

6. Перелік нормативних документів, на яких базується освітня (освітньо-професійна) програма

1. Про фахову передвищу освіту: Закон України від 06.06.2019 р. № 2745-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2745-19>;
2. Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: постанова Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187. Дата оновлення: 23.24.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF/page>;
3. Про затвердження Національної рамки кваліфікацій: постанова Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. № 1341. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>;
4. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій». ДК 003: 2010. URL: <http://www.dk003.com>;
5. Національний класифікатор України: «Класифікація видів економічної діяльності» ДК 009:2010. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>;
6. Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти: Наказ Міністерства освіти і науки України від 11.07.2019 р. № 977. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0880-19>;
7. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти: постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 р. № 266. Дата оновлення: 11.02.2017. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>;
8. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти: Наказ Міністерства освіти і науки України від 01.06.2016 р. № 600 (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 01.10.2019 р. № 1254), схвалені сектором вищої освіти Науково-методичної ради Міністерства освіти і науки України (протокол № 3 від 21 червня 2019 р.);
9. Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації. URL: http://ihed.org.ua/images/doc/04_2016_rozroblennya_osv_program_2014_tempusoffice.pdf;
10. International Standard Classification of Education (ISCED 2011): UNESCO Institute for Statistics. URL: <http://www.uis.unesco.org/education/documents/isced-2011-en.pdf>;
11. ISCED Fields of Education and Training 2013 (ISCED-F 2013): UNESCO Institute for Statistics. URL: <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/iscedfields-of-education-training-2013.pdf>;
12. QF-EHEA – Qualification Framework of the European Higher Education Area. URL: <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=67>;
13. TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів. URL: <http://www.unideusto.org/tuning>;
14. Положення про освітні програми у Відкритому міжнародному Університеті розвитку людини «Україна», затверджене наказом № 50 від 14.04.2020;
15. Тимчасовий стандарт фахової передвищої освіти України за спеціальністю «Маркетинг» для рівня фахової передвищої освіти «фаховий молодший бакалавр», затверджений Вченою радою Університету «Україна» від 23 квітня 2020 року.

7. Пояснювальна записка до освітньо-професійної програми

Освітньо-професійна програма 075 «Маркетинг» визначає вимоги до здобувачів фахової передвищої освіти, які можуть розпочати навчання за цією програмою, кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання цієї програми, а також очікувані результати навчання та компетентності, якими повинен оволодіти здобувач фахової передвищої освіти.

Базується на компетентнісному підході і поділяє філософію визначення вимог до фахівця, закладену в основу Болонського процесу та в міжнародному проєкті Європейської комісії «Гармонізація освітніх структур в Європі» (Tuning Educational Structures in Europe, TUNING).

Порядок нумерації в переліку загальних та фахових компетентностей не пов'язаний зі значимістю тієї чи іншої компетентності.

**8. Матриця відповідності програмних компетентностей
компонентам освітньої програми**

	ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	ЗК 9	ЗК 10	ЗК 11	ЗК 12
ОК 1.1		+										
ОК 1.2											+	
ОК 1.3		+										
ОК 1.4									+			
ОК 1.5			+					+				
ОК 1.6												+
ОК 1.7			+		+	+						
ОК 1.8											+	
ОК 1.9											+	
ВК 1.1		+										
ВК 1.2			+									
ОК 2.1				+							+	
ОК 2.2						+						
ОК 2.3											+	
ОК 2.4	+											
ОК 2.5										+		
ОК 2.6							+					
ОК 2.7							+					
ОК 2.8										+		
ПР 1						+	+			+	+	
ПР 2						+	+			+	+	
ВК 2.1						+						
ВК 2.2								+				
ВК 2.3										+		
ВК 2.4										+		

	CK 1	CK 2	CK 3	CK 4	CK 5	CK 6	CK 7	CK 8	CK 9	CK 10	CK 11	CK 12
OK 1.1												
OK 1.2												
OK 1.3												
OK 1.4										+		
OK 1.5	+					+						
OK 1.6												
OK 1.7		+										
OK 1.8			+			+						
OK 1.9			+			+						
BK 1.1									+			
BK 1.2							+					
OK 2.1								+				
OK 2.2	+											
OK 2.3			+									
OK 2.4							+					
OK 2.5											+	
OK 2.6		+					+	+				
OK 2.7							+				+	
OK 2.8							+				+	
ПР 1	+	+		+								
ПР 2						+					+	+
BK 2.1				+	+							
BK 2.2						+			+	+	+	
BK 2.3							+					
BK 2.4										+		+

9. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (Р)

відповідними компонентами освітньої програми

	Р 1	Р 2	Р 3	Р 4	Р 5	Р 6	Р 7	Р 8	Р 9	Р 10	Р 11	Р 12	Р 13	Р 14	Р 15
ОК 1.1													+		
ОК 1.2															+
ОК 1.3															+
ОК 1.4							+								
ОК 1.5										+					
ОК 1.6															+
ОК 1.7										+					
ОК 1.8														+	
ОК 1.9														+	
ВК 1.1		+			+										
ВК 1.2			+				+								

	Р 1	Р 2	Р 3	Р 4	Р 5	Р 6	Р 7	Р 8	Р 9	Р 10	Р 11	Р 12	Р 13	Р 14	Р 15
ОК 2.1															+
ОК 2.2	+			+											
ОК 2.3	+														
ОК 2.4						+			+						
ОК 2.5											+			+	
ОК 2.6		+		+	+	+	+								
ОК 2.7								+			+				
ОК 2.8									+						+
ПР 1	+		+							+	+				
ПР 2		+	+		+				+	+	+	+		+	
ВК 2.1								+							
ВК 2.2										+					
ВК 2.3													+		
ВК 2.4												+			