МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ВІДКРИТИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ РОЗВИТКУ ЛЮДИНИ «УКРАЇНА»

ЗАТВЕРДЖЕНО

рішенням Вченої ради Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»
протокол № 04 від «2» липня 2020 року

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»

другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Кваліфікація: ***магістр 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
«Маркетинг»

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

Гарант освітньої програми
доцент кафедри маркетингу, доцент, д.е.н. _____ Г.Ю. Олійник

Представники роботодавців:
директор ТОВ «КЮРА ФАРМА» _____ О.О. Чистякова

Голова Правління Sp.z.o.o.Miedzymorze _____ А. Островський

РЕЦЕНЗІЯ

на освітню програму «Маркетинг» освітнього рівня «магістр»

Представлена на рецензію освітня програма «Маркетинг» підготовки здобувачів освітнього рівня «магістр» за своєю структурою відповідає чинним вимогам і містить: перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічну послідовність, структурно-логічну схему освітньої програми, форму атестації здобувачів вищої освіти, вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти, перелік нормативних документів, матрицю відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми та матрицю забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми.

На наш погляд, запропонована розробниками навчальна дисципліна «Інтернет-маркетинг» загальним обсягом 5 кредитів є надзвичайно необхідною та доцільною освітньою компонентою в контексті реалізації здобувачем спеціальної компетентності «Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу». Слід відзначити, що вказана дисципліна буде забезпечувати програмний результат навчання «Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта».

Враховуючи вищезазначене, вважаємо, що представлена на рецензію освітня програма «Маркетинг» освітнього рівня «магістр» відповідає чинному Стандарту вищої освіти і може бути рекомендована для впровадження в освітній процес для підготовки здобувачів.

Представник роботодавців:

Директор ТОВ «КЮРА ФАРМ»

Чистякова О. Ю.

РЕЦЕНЗІЯ

на освітню програму «Маркетинг» освітнього рівня «магістр»

Представлена на рецензію освітня програма «Маркетинг» підготовки здобувачів освітнього рівня «магістр» за своєю структурою відповідає чинним вимогам і містить: перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічну послідовність, структурно-логічну схему освітньої програми, форму атестації здобувачів вищої освіти, вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти, перелік нормативних документів, матрицю відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми та матрицю забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми.

На наш погляд, запропонована розробниками навчальна дисципліна «Інтернет-маркетинг» загальним обсягом 5 кредитів є надзвичайно необхідною та доцільною освітньою компонентою в контексті реалізації здобувачем спеціальної компетентності «Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу». Слід відзначити, що вказана дисципліна буде забезпечувати програмний результат навчання «Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта».

Враховуючи вищезазначене, вважаємо, що представлена на рецензію освітня програма «Маркетинг» освітнього рівня «магістр» відповідає чинному Стандарту вищої освіти і може бути рекомендована для впровадження в освітній процес для підготовки здобувачів.

Представник роботодавців:

Sp.z.o.o. Miedzymorze

Голова Правління:
Островський Анатолій

Międzymorze Sp.z.o.o
Ul.Aleja PŁK.Wł.Beliny Prażmowskiego 14
31-514 Kraków
NIP: 6751690190 Regon: 382154603

(підпис)

ПЕРЕДМОВА

Розроблено проєктною 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. Припута 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 проєктної 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. № 03.

Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», Інститут економіки та менеджменту Кафедра маркетингу
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	магістр магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Форма навчання	денна, заочна, дистанційна
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Професійна кваліфікація	Не передбачено
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Магістр Спеціальність – 075 Маркетинг Освітньо-професійна програма – Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 6 місяців
Наявність акредитації	Акредитаційна комісія, 2023 рік
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (диплом бакалавра, спеціаліста, магістра (зі споріднених спеціальностей)
Мова(и) викладання	українська, англійська
Термін дії освітньої програми	2020-2022 рр.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://ab.uu.edu.ua/NM_zabezpechennya_specialnostey_2020-21
2 – Мета освітньої програми	
- підготовка кваліфікованих фахівців-науковців із маркетингу; - є надання спеціальних знань із управління та організації маркетингової діяльності шляхом проведення теоретичного та практичного навчання; - підготовка до проведення наукової та науково-педагогічної роботи.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	*Галузь знань*: 07 Управління та адміністрування *Спеціальність*: 075 Маркетинг. *Об'єкт вивчення*: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. *Цілі навчання:* 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/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. *Теоретичний зміст предметної області:* 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, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. *Методи, методики та технології:* загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. *Інструменти та обладнання:* сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна. Програма спрямована на надання знань фахівцям у сфері маркетингу, які спроможні використовувати ці знання, вміння та навички щодо формування та реалізації комплексної програми підвищення конкурентоспроможності підприємств на національному та міжнародному ринках на основі організаційного, технологічного, технічного та інформаційного забезпечення базових функцій маркетингу, організації і планування маркетингової діяльності в умовах невизначеності та ризику.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Вища спеціальна освіта за спеціальністю 075 «Маркетинг» Формування фахової компетентності щодо вміння управляти маркетинговою діяльністю на підприємстві. Основний фокус, акценти та завдання програми спрямовані на формування знань, умінь та компетентностей випускників програми щодо володіння сучасним інструментарієм із маркетингу та обґрунтування напрямів із підвищення ефективності діяльності підприємства в мінливих ринкових умовах. Підготовка фахівців здійснюється на базі наукових та методологічних основ маркетингу для підприємств різних галузей і сфер діяльності. Основний фокус програми полягає в забезпеченні компетентностей зі стратегічного та тактичного планування, управління, організації та впровадження підприємницької діяльності на підприємствах різних галузей і сфер економіки.
Особливості програми	Програма орієнтована на глибоку професійну підготовку, що передбачає опанування циклу сучасних дисциплін, покликаних забезпечити формування професійних компетенцій у галузі управління та адміністрування. Мінімум 35% обсягу освітньої програми має бути спрямовано для здобуття загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених стандартом вищої освіти
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	

Придатність до працевлаштування	Професійні можливості випускників (відповідно до Класифікатора професій ДК 003:2010). 1233 Керівники підрозділів маркетингу; 1234 Керівники підрозділів із реклами та зв'язків із громадськістю; 1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління; 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами; 2419 Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності; 2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність); 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти – доктора філософії. Набуття додаткових кваліфікацій у системі післядипломної 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. Викладання проводиться у вигляді лекцій, мультимедійних лекцій, інтерактивних лекцій, семінарів, практичних занять, самостійного навчання, індивідуальних занять тощо. Комбінація лекцій, практичних занять із розв'язування проблем маркетингу, виконання курсової роботи, науково-дослідна та педагогічна практики, підготовка магістерської роботи. 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).
Оцінювання	Письмові екзамени та заліки, захист курсової роботи, звіти про проходження переддипломної та науково-дослідної практики, захист магістерської кваліфікаційної роботи.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері *компетентності* маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК 3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК 4. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК 5. Навички міжособистісної взаємодії.

	ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК 8. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК 2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК 3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК 7. Здатність розробляти й аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК 9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.
7 – Програмні результати навчання (Р)	
Програмні результати навчання визначені стандартом вищої освіти спеціальності	Р 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. Р 2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. Р 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати й обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. Р 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. Р 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами. Р 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними. Р 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. Р 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. Р 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. Р 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

	Р 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. Р 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм. Р 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. Р 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. Р 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти й аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Науково-педагогічні та наукові працівники, які здійснюють освітній процес, повинні мати стаж науково-педагогічної діяльності понад два роки та рівень наукової та професійної активності, який засвідчується виконанням не менше чотирьох видів та результатів з перелічених у пункті 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності (затверджених Постановою КМУ від 30 грудня 2015 р. № 1187 зі змінами, у редакції від 23.05.2018). Всі науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму за кваліфікацією відповідають профілю і напряму 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. Частка науково-педагогічних працівників із науковими ступенями та вченими званнями, які забезпечують викладання лекційних годин циклів дисциплін навчального плану, не менше 90% від кількості годин, у тому числі частка осіб, які працюють у закладі вищої освіти за основним місцем роботи, не менше 75% від кількості годин. Частка докторів наук або професорів – не менше 25% від кількості годин.
Матеріально-технічне забезпечення	Університет здійснює матеріально-технічне забезпечення: - аудиторний фонд; - бібліотека; - комп'ютерні класи; - Україно-корейський комп'ютерний центр; - медичний кабінет; - Медико-реабілітаційний центр; - Центр інклюзивних технологій навчання; - 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 і магістерських робіт; - пакетів ККР; - програм переддипломної та педагогічної 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 кампанії, планування та організацію навчального процесу; доступу до навчальних ресурсів; обліку та аналізу успішності здобувачів вищої освіти; адміністрування основних та допоміжних процесів забезпечення освітньої діяльності; моніторингу дотримання стандартів якості; управління знаннями та інноваційного менеджменту; управління кадрами та ін.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	ТОВ «Вега-Люкс», ПП РА «Рубльовка», ТОВ «Гопак», ТОВ «ПРОДУКТИ», ТОВ «Жюль Верн», ТОВ «Примед», ТОВ «Агруз лтд», ТОВ «Датур», ПАТ «СК «ВУСО», ТОВ «Капітал БВР», ТОВ «МЦФЕР-Україна».
Міжнародна кредитна мобільність	Згідно із програмами міжнародного співробітництва студенти Університету «Україна» зі знанням іноземних мов мають змогу здобувати освіту за кордоном у Польщі (Вістула), Литві (Шяуляй). Програми реалізуються на основі подвійного дипломування, тобто шляхом паралельного або послідовного навчання в Університеті «Україна» та в закордонному ЗВО-партнері.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Умови та особливості в контексті навчання іноземних громадян: - другий рівень вищої освіти – магістр; – 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	Семестри
		кредити ECTS	академ. години		
1	2	3	4	5	6
І. ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ					
1.1. Обов'язкові компоненти освітньої програми					
ОК 1.1	Дидактика вищої школи	3	90	з	**1**
ОК 1.2	Академічна іноземна мова	4	120	і	**1**
ОК 1.3	Соціальна відповідальність	4	120	і	**1**
ОК 1.4	Методологія та організація наукових досліджень у сфері управління	3	90	з	**1**
ОК 1.5	Корпоративне управління	**3**	90	і	**1**
ОК 1.6	Маркетинг інновацій	**4**	120	і	**2**
Всього ОК за циклом загальної підготовки		**21**	**630**		
1.2. Вибіркові компоненти освітньої програми					
Всього ВК за циклом загальної підготовки		**6**	**180**		
ВК 1.1	Дисципліни вільного вибору студентів із загальноуніверситетського переліку дисциплін	3	90	з	**2**
ВК 1.2		3	90	з	**2**
Всього за циклом загальної підготовки		**27**	**810**		
ІІ. ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ					
2.1. Обов'язкові компоненти освітньої програми					
ОК 2.1	Стратегічний маркетинг	**5**	150	і,КР	**2**
ОК 2.2	Рекламний креатив	**4**	120	і	**2**
ОК 2.3	Стратегічний аналіз міжнародних ринків	**4**	120	і	**1**
ОК 2.4	Інтернет-маркетинг	**5**	150	з	**1**
ПР 1	Педагогічна практика	**6**	180	дз	**2**
ПР 2	Науково-дослідна практика	**9**	270	дз	**3**
	Підготовка магістерської кваліфікаційної роботи	**12**	360		
	Захист магістерської кваліфікаційної роботи				
Всього ОК за циклом професійної підготовки		**45**	**1350**		
2.2. Вибіркові компоненти освітньої програми					
Всього ВК за циклом професійної підготовки		**18**	**540**		
ВК 2.1	Дисципліни вільного вибору студентів із загальноуніверситетського переліку дисциплін	**5**	**150**	з	**2**
ВК 2.2		**4**	**120**	з	**2**
ВК 2.3		**5**	**150**	з	**3**
ВК 2.4		**4**	**120**	з	**3**
Всього за циклом професійної підготовки		**63**	**1890**		
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ					
Всього кредитів дисциплін вільного вибору		**24**	**690**		
РАЗОМ:		**90**	**2 700**		

Вибіркові компоненти – 24 кредити (_27_%), із них:
з циклу загальної підготовки – 6 кредитів (_7_%),
з циклу професійної підготовки – 18 кредитів (_20_%)

Освітня компонента обирається студентом із запропонованих найменувань:

За циклом загальної підготовки

Код н/д	Компоненти освітньої 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	Фінансовий менеджмент Інноваційний розвиток підприємства	3	90	з	2
ВК 1.2	Фінанасова діяльність суб'єктів господарювання Інноваційний менеджмент	3	90	з	2

За циклом професійної підготовки

Код н/д	Компоненти освітньої 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	Маркетинговий менеджмент Маркетинг у соціальній сфері	**5**	150	з	**2**
ВК 2.2	Рекламний менеджмент Організація бізнесу та бізнес-планування	**4**	120	з	**2**
ВК 2.3	Товарна інноваційна політика Логістичний менеджмент	**5**	150	з	**3**
ВК 2.4	Маркетингове забезпечення стартапів Паблік рилейшнз	**4**	120	з	**3**

2.1. Структурно-логічна схема ОП

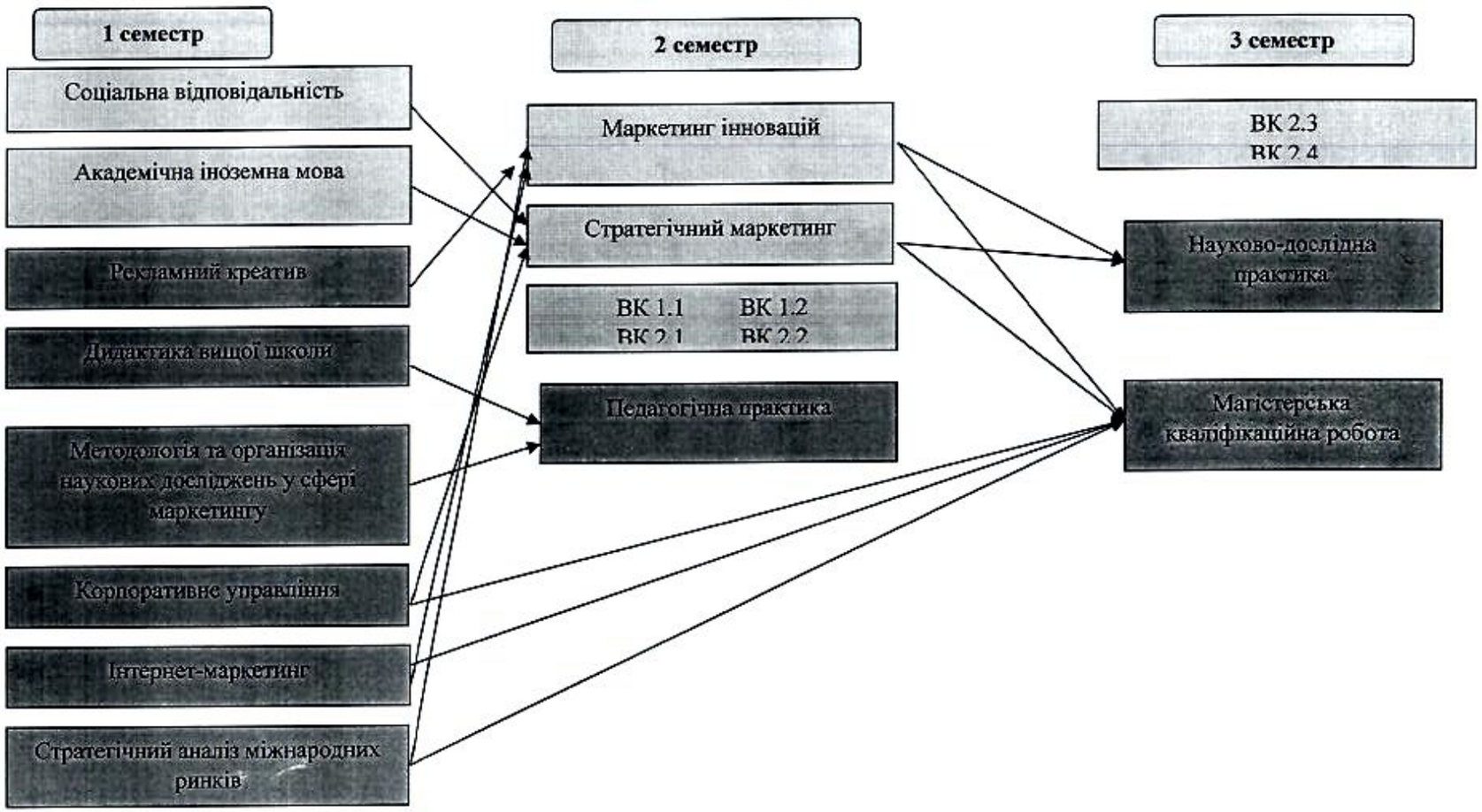

Рис. 1. Взаємозв`язок складових програми підготовки бакалавра маркетингу

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» здійснюється в формі публічного захисту кваліфікаційної магістерської роботи. Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Атестація завершується видачею документа встановленого зразка про присудження ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації «магістр маркетингу».

3.1. Вимоги до кваліфікаційної роботи

Кваліфікаційна магістерська робота здобувача ступеня вищої освіти магістр зі спеціальності 075 «Маркетинг» є самостійним розгорнутим дослідженням, що відображає інтегральну компетентність її автора та підводить підсумки набутих ним знань, умінь та навичок із основних дисциплін, передбачених навчальним планом. Кваліфікаційна робота передбачає розв'язання складної спеціалізованої задачі або практичної проблеми в сфері маркетингової діяльності, що передбачає застосування теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Стан готовності кваліфікаційної роботи здобувача ступеня вищої освіти магістр до захисту визначається науковим керівником. Обов'язковою умовою допуску до захисту є успішне виконання бакалавром його індивідуального навчального плану.

До захисту допускаються кваліфікаційні роботи, виконані здобувачем ступеня вищої освіти магістра самостійно з дотриманням принципів академічної доброчесності. Кваліфікаційна робота перевіряється на плагіат. Кваліфікаційна робота розміщується на офіційному сайті університету.

Встановлення відповідності засвоєних здобувачами вищої освіти рівня та обсягу знань, умінь, інших компетентностей вимогам стандартів вищої освіти відбувається через підсумкову атестацію, яка здійснюється відкрито і гласно на засіданні екзаменаційної комісії.

3.2. Вимоги до публічного захисту (демонстрації)

У процесі публічного захисту кандидат на присвоєння магістерського ступеня повинен показати вміння чітко й упевнено викладати зміст проведених досліджень, аргументовано відповідати на запитання та вести дискусію. Доповідь студента повинна супроводжуватися презентаційними матеріалами розробленими в програмі Microsoft Office Power Point та пояснювальною запискою, призначеними для загального перегляду. Ухвалення екзаменаційною комісією рішення про присудження ступеня бакалавра маркетингу та видачу диплома магістра за результатами підсумкової атестації студентів оголошуються після оформлення в установленому порядку протоколів засідань екзаменаційної комісії.

4. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Заклади вищої освіти несуть первинну відповідальність за якість послуг щодо надання вищої освіти.

В Університеті функціонує система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному вебсайті закладу вищої освіти, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, в тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
8) забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату в наукових працях працівників Університету і здобувачів вищої освіти;
9) інших процедур і заходів, що описані в Положенні про систему забезпечення якості підготовки здобувачів вищої освіти.

Система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням закладу вищої освіти оцінюється Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.

5. Вимоги професійних стандартів

Загальноприйняті професійні стандарти – відсутні.

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

1. Закон «Про вищу освіту» // База даних «Законодавство України»/ВР України. URL:http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18(дата звернення:25.09.2018).

2. Закон «Про освіту» // База даних «Законодавство України»/ВР України. URL:http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19(дата звернення:25.09.2018).

3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010(Редакціявід30.11.2017)// База даних «Законодавство України»/ВР України. URL:http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10(дата звернення:25.09.2018).

4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України»/ВР України. URL:http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п(дата звернення:25.09.2018).

5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017)// База даних «Законодавство України»/ВР України. URL:http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п(дата звернення:25.09.2018).

6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти //URL: https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/rekomendatsii-1648.pdf.

7. Методичні рекомендації для експертів Національного агентства щодо застосування Критеріїв оцінювання якості освітньої програми, затверджені рішенням Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти від 29 серпня 2019 р. № 9 (https://naqa.gov.ua/).

8. Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затверджене наказом Міністерства освіти і науки України від 11 липня 2019 р. № 977.

9. Положення про освітні програми у Відкритому міжнародному університеті розвитку людини «Україна», затверджене наказом президента Університету «Україна» № 50 від 14.04.2020.

10. Постанова Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341 «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п.

11. Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 р. № 266 «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п.

12. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти 2015 р. (http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf).

13. International Accounting Education Standards Board (IAESB) [Міжнародні стандарти професійної освіти бухгалтерів] [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ifac.org/system/files/publications/exposure-drafts/iaesb-consultation-paperprinciples-on-learning-outcomes.pdf.

14. 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.

15. QF-EHEA – Qualification Framework of the European Higher Education Area. URL: http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=67.

16. TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів. URL: http://www.unideusto.org/tuning.

17. Стандарт вищої освіти. Другий (магістерський) рівень вищої освіти. Ступінь «магістр». Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування», спеціальність: 075 «Маркетинг» (наказ МОНУ № 960 від 10.07.2019). – Режим доступу:https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf.

7. Пояснювальна записка до освітньо-професійної програми

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» визначає вимоги до другого (магістерського) рівня вищої освіти осіб, 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 відповідного ступеня вищої 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

	ОК 1.1	ОК 1.2	ОК 1.3	ОК 1.4	ОК 1.5	ОК 1.6	ВК 1.1	ВК 1.2	ОК 2.1	ОК 2.2	ОК 2.3	ОК 2.4	ПР 1	ПР 2	ВК 2.1	ВК 2.2	ВК 2.3	ВК 2.4
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	+	+		+														

9. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми

	ОК 1.1	ОК 1.2	ОК 1.3	ОК 1.4	ОК 1.5	ОК 1.6	ВК 1.1	ВК 1.2	ОК 2.1	ОК 2.2	ОК 2.3	ОК 2.4	ПР 1	ПР 2	ВК 2.1	ВК 2.2	ВК 2.3	ВК 2.4
ПРН 1	+	+				+						+	+					
ПРН 2		+		+						+							+	+
ПРН 3				+					+							+		
ПРН 4						+			+			+						
ПРН 5		+				+					+	+						
ПРН 6					+				+									
ПРН 7								+	+			+						
ПРН 8			+		+													
ПРН 9						+				+		+						
ПРН 10					+	+				+					+			
ПРН 11							+		+		+							
ПРН 12						+			+									
ПРН 13					+				+									
ПРН 14									+		+							
ПРН 15			+	+								+		+				