

**ПРИДНІПРОВСЬКИЙ ІНСТИТУТ
ПРИВАТНОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА «ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»**

ЗАТВЕРДЖЕНО:

Вченою радою
Приватного акціонерного товариства
«Вищий навчальний заклад
«Міжрегіональна Академія
управління персоналом»
протокол № __ від _____ 2024 р.
Голова Вченої ради, Президент

_____ Ростислав ЦОКІН

ПРОЄКТ

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

Рівень вищої освіти: **перший (бакалаврський) рівень**
Ступінь вищої освіти: **бакалавр**
Галузь знань: **07 Управління та адміністрування**
Спеціальність: **075 Маркетинг**
Освітня кваліфікація: **бакалавр маркетингу**

РОЗГЛЯНУТО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Придніпровського інституту ПрАТ
«ВНЗ «МАУП»
Протокол № __ від _____ 2024 р.
Голова Вченої ради

_____ Вадим ТАТАРІНОВ

Вводиться в дію: _____ 2024 р.

Наказ № __ від _____ 2024 р.

Директор Придніпровського інституту
ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

_____ Вадим ТАТАРІНОВ

КРЕМЕНЧУК 2024

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

«РОЗРОБЛЕНО»

робочою (проектною) групою кафедри економічного проектування та маркетингу Придніпровського інституту
ПрАТ «ВНЗ «МАУП»
Керівник робочої (проектної) групи,
гарант освітньої програми

_____ Валентин ГНОЄВИЙ
«___» _____ 2024 р.

«ПОГОДЖЕНО»

Директор Департаменту навчально-методичного забезпечення та якості освіти
ПрАТ «ВНЗ «МАУП»
«___» _____ 2024 р.

_____ Анатолій ТАЛАХ

«ПОГОДЖЕНО»

Ректор Приватного акціонерного товариства «Вищий навчальний заклад»
«Міжрегіональна Академія управління персоналом»
«___» _____ 2024 р.

_____ Кирило МУРАВЬОВ

«УХВАЛЕНО»

на засіданні кафедри економічного проектування та маркетингу Придніпровського інституту
ПрАТ «ВНЗ «МАУП»
Протокол № ____ від _____ 2024 р.

Зав. каф. _____ Валентин ГНОЄВИЙ

«РЕКОМЕНДОВАНО»

Методичною радою Придніпровського інституту ПрАТ «ВНЗ «МАУП»
Протокол № ____ від «___» _____ 2024 р.

_____ Юлія ЗАВОЛОКА

«РЕКОМЕНДОВАНО»

Науково-методичною радою Вченої ради ПрАТ «ВНЗ «МАУП»
Протокол № __ від «___» _____ 2024 р.

Голова _____ Сергій ХРАПАТИЙ

ПЕРЕДМОВА

1. Освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Бізнес, адміністрування та право» розроблена згідно: вимог Закону України «Про вищу освіту» (від 01 липня 2014 р. №1556-VII; в редакції від 26 лютого 2021 р.), Стандарту вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом МОН України № 1343 від 05 грудня 2018 року.

2. Розроблено проектною групою зі спеціальності 075 «Маркетинг» кафедри економічного проектування та маркетингу.

Керівник робочої групи, гарант освітньої програми:

Гноєвий Валентин Григорович, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічного проектування та маркетингу Придніпровського інституту ПрАТ «ВНЗ «МАУП», гарант.

Члени робочої групи:

Науково-педагогічний персонал:

1. Татарінов Вадим Вадимович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічного проектування та маркетингу Придніпровського інституту ПрАТ «ВНЗ «МАУП».

2. Малащенко Юлія Анатоліївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічного проектування та маркетингу Придніпровського інституту ПрАТ «ВНЗ «МАУП».

Здобувачі вищої освіти:

1. *Білалова Сабіна Відадівна*, здобувачка першого рівня вищої освіти спеціальності «Маркетинг».

2. *Шляхова Маргарита Іванівна*, здобувачка першого рівня вищої освіти спеціальності «Маркетинг».

3. *Степашко Вікторія Юрійвна*, здобувачка першого рівня вищої освіти спеціальності «Маркетинг».

Роботодавці:

1. *Кай Олександр Володимирович*, директор ТОВ «Світлоопт», м. Кременчук.

2. *Литвиненко Олександр Володимирович*, директор ТОВ «Науково-виробниче підприємство «Укркомцентр», м. Кременчук.

3. *Яворський Володимир Вячеславович*, заступник директора ПАТ «Кременчуцький завод технічного вуглецю», м. Кременчук.

Випускники освітніх програм:

1. *Ворошилова Юлія Сердарівна*, здобувач першого (бакалаврського) рівня освіти спеціальності «Маркетинг», 2025 р.

2. *Демешко Анастасія Русланівна*, здобувач першого (бакалаврського) рівня освіти спеціальності «Маркетинг» 2025 р.

3. *Татарінов Сергій Віталійович*, здобувач першого (бакалаврського) рівня освіти спеціальності «Маркетинг», 2023 р.

Зовнішні рецензенти:

1. *Тараненко Ірина Всеволодівна*, доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри міжнародного маркетингу ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля», м. Дніпро.

2. *Мєняйлова Галина Євгеніївна*, кандидат економічних наук, доцент, директорка Філії Класичного приватного університету у м. Кременчук.

3. *Куцоконь Віталій Васильович*, директор рекламної агенції ТОВ «Компанія «Бульвар», м. Кременчук.

**I. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
«МАРКЕТИНГ» ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 МАРКЕТИНГ**

Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Приватне акціонерне товариство «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна Академія управління персоналом», Придніпровський інститут Кафедра економічного проєктування та маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти - бакалавр Спеціальність - 075 Маркетинг Освітня кваліфікація – бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма – «Маркетинг»
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Обмеження щодо форм навчання	Відсутні
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання – 3 роки 10 місяців (очна форма).
Наявність акредитації	
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQFF-LLL – 6 рівень.
Передумови	Особи, що здобули повну загальну середню освіту за результатами НМТ (ЗНО), а також особи, які здобули освітній ступінь молодшого бакалавра або освітньо-професійний ступінь фахового молодшого бакалавра (ОКР «молодший спеціаліст») за результатами НМТ (ЗНО) та виконали Правила прийому до Інституту у поточному році.
Мова(и) викладання	Українська.
Термін дії освітньої програми	4 роки зі щорічним плановим оновленням
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://krm.maup.com.ua
Мета освітньої програми	
Забезпечення здобувачів вищої освіти базовими знаннями з маркетингу, які дозволяють сформулювати у них сучасне економічне мислення та відповідні компетентності, необхідні для провадження ефективної маркетингової і рекламної діяльності на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності.	
Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	Галузь знань 07 Управління та адміністрування Спеціальність 075 Маркетинг <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова і рекламна діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> підготовка фахівців з маркетингу та реклами, конкурентоспроможних на ринку праці, які володіють сучасним економічним мисленням, вміють використовувати набуті компетентності в сфері маркетингу і реклами в практичній

	діяльності, здатних проявляти креативність і підприємливість, ініціативність в процесі, провадження ефективної маркетингової і рекламної діяльності на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності. <i>Теоретичний зміст предметної області</i> <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова і рекламна діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової і рекламної 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 і рекламної діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу і реклами. <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової і рекламної діяльності. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень та рекламних заходів.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна підготовка бакалавра має прикладний характер; орієнтована на підготовку фахівців, здатних розв'язувати складні економічні завдання та проблеми у сфері маркетингової і рекламної діяльності; базується на поєднанні спеціалізованої професійної теорії з професійною діяльністю.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Основний фокус освітньо-професійної програми зосереджено на підготовці висококваліфікованих кадрів у галузі маркетингу і реклами; акцент робиться на формуванні знань, умінь та практичних навичок маркетингової і рекламної діяльності з використанням сучасних інформаційних технологій. Ключові слова: <i>маркетинг, реклама, цифровий маркетинг, діджитал-маркетолог, фахівець з маркетингу, інтернет-маркетолог, маркетингова діяльність.</i>

Особливості програми	Освітньо-професійна програма орієнтується на результати сучасних наукових досліджень у сфері маркетингу і реклами, враховує актуальні тенденції розвитку маркетингу і реклами у галузевому, територіальному та міжнародному аспектах, передбачає залучення до забезпечення освітнього процесу спеціалістів-практиків та інших стейкхолдерів. Унікальність освітньо-професійної програми полягає у забезпеченні можливості набуття здобувачами ступеня вищої освіти рівня «бакалавр» додаткових компетентностей щодо використання інструментів маркетингу, в тому числі цифрових, в сфері аналізу та оцінки ринкової кон'юнктури товарних ринків, врахування соціально-етичних та екологічних норм при здійсненні маркетингової і рекламної діяльності.
Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Працевлаштування	Працевлаштування на підприємствах будь якої організаційно-правової форми. Випускники за освітньою програмою «Маркетинг» можуть обіймати первинні посади за професійними назвами робіт класифікаційного угруповання за Національним класифікатором професій ДК 003:2010: 2419.2 Консультант з маркетингу 2419.2 Логіст 2419.2 Рекламист 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) 2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою 2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку 3415 Агент комерційний 3415 Мерчандайзер 3415 Торговець комерційний 3415 Торговець промисловий 3415 Представник торгівельний 3419 Організатор із збуту 3419 Організатор із постачання 3429 Агент рекламний 3429 Представник з реклами 3429 Торговець (обслуговування бізнесу та реклами)
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Практико-орієнтоване, студентоцентроване навчання з елементами самоосвіти здобувачів. Викладання відбувається у вигляді лекцій, семінарських, практичних занять, які проводяться в малих групах, у формі ситуаційних завдань, ділових ігор. Семінари та практичні заняття мають інтерактивний характер, є підготовка презентацій з використанням сучасних професійних програмних засобів з метою формування навичок групової роботи; консультацій із викладачами, навчальної і виробничої практики, підготовки курсової роботи. Навчально-методичне

	забезпечення і консультування самостійної роботи здійснюється через освітній контент Google Classroom, платформи Zoom.
Оцінювання	<i>Види контролю:</i> вхідний, поточний, тематичний, проміжний, підсумковий, самоконтроль. <i>Форми контролю:</i> письмові та усні опитування, усні презентації; тести, письмові екзамени; захист звіту з проходження практики. Підсумковий контроль: Екзамени та заліки проводяться з урахуванням накопичених балів поточного контролю відповідно до вимог «Положення про організацію освітнього процесу в ПрАТ «ВНЗ «МАУП» (https://surl.li/kdvjnd). <i>Атестація:</i> атестаційний екзамен
Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової і рекламної діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою ЗК11. Здатність працювати в команді ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.
	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)	СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
	СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
	СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
	СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
	СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
	СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
	СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
	СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.
	СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
	СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
	СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
	СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.
	СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
	СК15 Здатність збирати й нагромаджувати дані про стан вітчизняних та зарубіжних ринків з метою проведення відповідних консультацій.
	СК16 Здатність діагностувати стан ринку та середовища маркетингової діяльності.
	СК17 Здатність організовувати та проводити роботу щодо удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю.
Програмні результати навчання (ПРН)	ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
	ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
	ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
	ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію
	ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики

	маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів
	ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності
	ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
	ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
	ПРН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
	ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта
	ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта
	ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
	ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
	ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
	ПРН15. 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.
	ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
	ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології
	ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
	ПРН19. Визначати ціну та обсяг виробництва за умов конкуренції, прогнозувати оптимальні витрати на виробництві та максимальні прибутки у короткостроковій та довгостроковій перспективі.
	ПРН20. Вирішувати професійні завдання з метою задоволення потреб суспільства на основі маркетингових цифрових технологій з використанням можливостей соціальних медіа, аналітичних та інформаційних платформ та сервісів.

Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Підготовка здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 Маркетинг повністю забезпечується науково-педагогічними працівниками кафедр Інституту згідно з Ліцензійними умовами (постанова КМУ «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів вищої освіти від 31.12.2015р. №1187 зі змінами). Формування якісного складу науково-педагогічних працівників відбувається за рахунок наукової підготовки в аспірантурі та залучення до педагогічної діяльності викладачів з науковими ступенями та вченими званнями на конкурсній основі шляхом укладання контрактів. Члени групи забезпечення, які реалізують виконання складової освітньо-професійної програми мають кваліфікації відповідно до спеціальності: вищу освіту за фахом, науковий ступінь або вчене звання, фахове професійне підвищення кваліфікації, підтверджений рівень наукової професійної активності. Портфоліо науково-педагогічних працівників кафедри розміщено на сайті: https://krm.maup.com.ua/department-of-economic-design-and-marketing/
Матеріально-технічне забезпечення	Навчальні приміщення для проведення лекційних та семінарсько-практичних занять відповідають вимогам правил пожежної безпеки та санітарним нормам. Матеріально-технічна база інституту забезпечує проведення всіх видів навчальних занять здобувачів вищої освіти. Виконання навчального плану забезпечено навчальними приміщеннями, мультимедійним обладнанням, комп'ютерними класами (комп'ютери CPU: AMD Ryzen 5 3400G 3.7GHz, 4 cores, 8 threads; GPU: AMD Radeon Vega 11RAM: 8 GB 3200 MHz), повний пакет MS Office365, MS Excel, MS Power Point, MS Visio, MS Project), необхідним програмним забезпеченням і необмеженим доступом до Інтернет-мережі. Наявна уся необхідна соціально-побутова інфраструктура, створено умови для навчання осіб з особливими освітніми потребами, а також для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Кількість місць у гуртожитку відповідає вимогам.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне і навчально-методичне забезпечення відповідає ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності з підготовки фахівців за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти та включає: графік навчального процесу, робочі навчальні програми, силабуси. Тематичні плани лекцій та семінарських занять, критерії оцінювання знань, переліки питань до поточного і підсумкового контролю, перелік питань до іспитів, перелік ситуаційних і тестових завдань, перелік рекомендованої навчально-методичної літератури, наочні і технічні засоби навчання. Навчально-методична документація підготовлена науково-педагогічними працівниками кафедр. Забезпеченість навчальними матеріалами з кожної освітньої компоненти ОП становить 100%. На офіційному сайті https://krm.maup.com.ua розміщена основна інформація про діяльність Інституту і наявний електронний ресурс, який містить навчальні матеріали компонент ОП;

	Міжнародний бібліотечний інформаційний центр імені Ярослава Мудрого (https://library.iapm.edu.ua/); читальний зал; доступ до системи електронного навчання Moodle, електронна бібліотека з каталогом навчальної, наукової, навчально-методичної літератури, фахові журнали; дидактичні матеріали для самостійної роботи студентів з дисциплін; програми практик; методичні вказівки щодо виконання курсової роботи.
Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Право на національну кредитну мобільність реалізується на підставі Закону України «Про вищу освіту» та постанови КМУ №579 «Про затвердження положення про порядок реалізації права на академічну мобільність» з наданням права на участь в програмах академічної мобільності всім учасникам освітнього процесу з чітким визначенням її видів та форм, закріпленням принципу перезарахування отриманих кредитів на основі Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС). Кредити ЄКТС отримані в інших ЗВО України при наявності договорів між закладами вищої освіти (науковими установами України або їхніми основними структурними підрозділами), перезараховуються відповідно до «Положення про організацію освітнього процесу в ПРАТ «ВНЗ «МАУП».
Міжнародна кредитна мобільність	Право на міжнародну кредитну мобільність реалізується на підставі міжнародних договорів про співробітництво Академії про співробітництво в галузі освіти та науки, міжнародних програм і проектів Еразмус + (https://erasmusplus.org.ua/), а також може бути реалізоване учасником освітнього процесу з власної ініціативи (на основі індивідуальних запрошень), підтриманої керівництвом Придніпровського інституту ПРАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом».
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	-

II. ОБСЯГ КРЕДИТІВ ЄКТС НЕОБХІДНИХ ДЛЯ ЗДОБУТТЯ ПЕРШОГО (БАКАЛАВРСЬКОГО) СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Обсяг освітньої програми бакалавра	• на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; • на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): - спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС. - на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти. Прийом на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених цим Стандартом вищої освіти.
------------------------------------	--

2.1 Перелік компонентів освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг

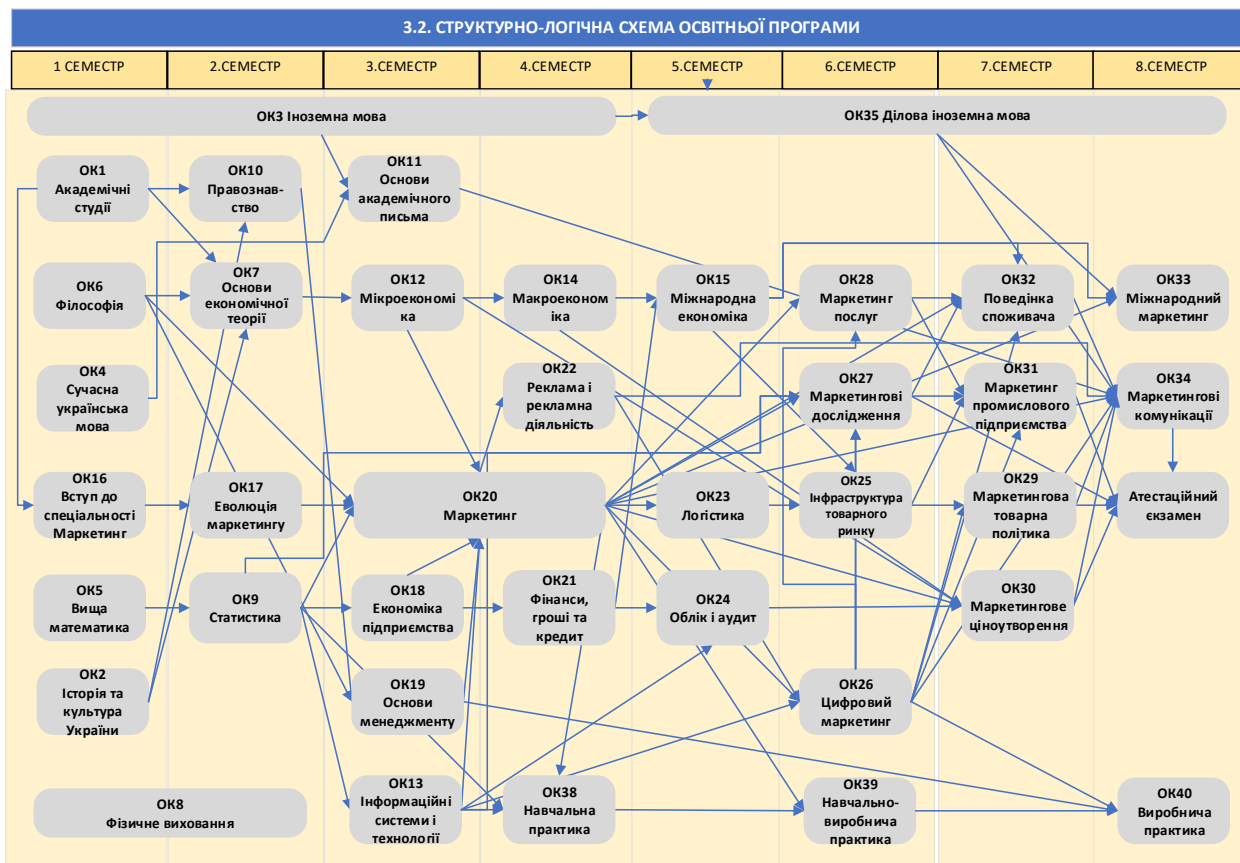
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ (ОК)			
ОК1	Академічні студії	3	залік
ОК2	Історія та культура України	4	екзамен
ОК3	Іноземна мова	12	екзамен
ОК4	Сучасна українська мова	4	екзамен
ОК5	Вища математика	4	залік
ОК6	Філософія	4	екзамен
ОК7	Економічна теорія	4	екзамен
ОК8	Фізичне виховання	5	залік
ОК9	Статистика	4	екзамен
ОК10	Правознавство	3	залік
ОК11	Основи академічного письма	3	залік
ОК12	Мікроекономіка	4	екзамен
ОК13	Інформаційні системи та технології	3	залік
ОК14	Макроекономіка	4	екзамен
ОК15	Міжнародна економіка	4	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент циклу загальної підготовки		65	

ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ (ОК)			
OK16	Вступ до спеціальності "Маркетинг"	5	екзамен
OK17	Еволюція маркетингу	4	екзамен
OK18	Економіка підприємства	4	екзамен
OK19	Основи менеджменту	4	екзамен
OK20	Маркетинг	10	залік, екзамен
OK21	Фінанси, гроші та кредит	4	екзамен
OK22	Реклама і рекламна діяльність	5	екзамен
OK23	Логістика	4	екзамен
OK24	Облік і аудит	4	екзамен
OK25	Інфраструктура товарного ринку	5	залік
OK26	Цифровий маркетинг	5	екзамен
OK27	Маркетингові дослідження	5	екзамен
OK28	Маркетинг послуг	5	екзамен
OK29	Маркетингова товарна політика	5	екзамен
OK30	Маркетингове ціноутворення	4	екзамен
OK31	Маркетинг промислового підприємства	5	екзамен+КСР
OK32	Поведінка споживача	4	залік
OK33	Міжнародний маркетинг	4	екзамен
OK34	Маркетингові комунікації	5	екзамен
OK35	Ділова іноземна мова	12	залік /екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент циклу професійної підготовки:		103	
Практика			
OK36	Навчальна практика зі спеціальності "Маркетинг"	4	Звіт, захист
OK37	Навчально-виробнича практика зі спеціальності "Маркетинг"	4	Звіт, захист
OK38	Виробнича практика зі спеціальності "Маркетинг"	4	Звіт, захист
Усього		12	
Атестація			
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		180	
Вибіркові компоненти ОП (за вибором здобувача)*			
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
BK1	Вибіркова дисципліна з каталогу інституту*	4	залік
BK2	Вибіркова дисципліна з каталогу інституту*	4	залік
BK3	Вибіркова дисципліна з каталогу інституту*	4	залік
Загальний обсяг вибірових компонент циклу загальної підготовки		12	
ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
BK4	Вибіркова дисципліна з каталогу інституту*	4	залік
BK5	Вибіркова дисципліна з каталогу інституту*	4	залік
BK6	Вибіркова дисципліна з каталогу інституту*	4	залік
BK7	Вибіркова дисципліна з каталогу інституту*	4	залік
BK8	Вибіркова дисципліна з каталогу інституту*	4	залік
BK9	Вибіркова дисципліна з каталогу інституту*	4	залік
BK10	Вибіркова дисципліна з каталогу інституту*	4	залік
BK11	Вибіркова дисципліна з каталогу інституту*	4	залік
BK12	Вибіркова дисципліна з каталогу інституту*	4	залік
BK13	Вибіркова дисципліна з каталогу інституту*	4	залік

ВК14	Вибіркова дисципліна з каталогу інституту*	4	залік
ВК15	Вибіркова дисципліна з каталогу інституту*	4	залік
Загальний обсяг вибірових компонент циклу професійної підготовки:		48	
Загальний обсяг вибірових компонент:		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

*** Здобувач вищої освіти обирає один ВК із запропонованого блоку або Каталогу Інституту.**

2.2. Структурно-логічна схема ОП «Маркетинг»



III. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація здобувачів вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг проводиться у формі атестаційного екзамєну зі спеціальності та завершується видачею документів встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра з присвоєнням освітньої кваліфікації: Бакалавр маркетингу. Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамєну.
Вимоги до атестаційного екзамєну	Атестаційний екзамєн має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених цим стандартом та відповідною освітньо-професійною програмою закладу вищої освіти.

IV. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Законодавчою базою формування системи внутрішнього забезпечення якості в Інституті є 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.

У Придніпровському інституті Приватного акціонерного товариства «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна Академія управління персоналом» 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 інформаційних стендах;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у 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 дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- 9) інших процедур і заходів.

V. Перелік нормативних документів, на яких базується освітньо-професійна програма «Маркетинг»

1. Закон «Про вищу освіту» // База даних «Законодавство України»/ВР України. [URL:http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18)
2. Закон «Про освіту» // База даних і «Законодавство України»/ВР України. [URL:http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19).
3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010// База даних «Законодавство України» / ВР України. [URL:http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10](http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10)
4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України»/ВР України. [URL:http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п)

5. Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 р. №266 «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (зі змінами від 27.09. 2016 р. №674; від 01.02.2017 р. № 53; від 07.07.2021 р. № 762) (URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF#Text>).

6. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG) // [URL:http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-andguidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf](http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-andguidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf).

7. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти від 05.12.2018 р. №1343 (зі змінами та доповненнями відповідно до Наказу МОН України №593 від 28.05.2021 року). <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf>

Гарант ОП

Валентин ГНОЄВИЙ

Таблиця 1

Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК (6-й рівень, бакалаврський)

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
	Зн1 Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень Зн2 Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	Ум1 Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	АВ1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах АВ2 Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб АВ3 Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
Загальні компетентності - 14				
ЗК1				АВ2
ЗК2				АВ2
ЗК3		УМ1	К1	
ЗК4	ЗН1	УМ1		
ЗК5			К2	АВ1
ЗК6	ЗН2			
ЗК7	ЗН1	УМ1		АВ1
ЗК8		УМ1		
ЗК9		УМ1		
ЗК10			К1	
ЗК11			К2	АВ1
ЗК12			К2	
ЗК13	ЗН2	УМ1		
ЗК14		УМ1	К2	АВ2
ЗК15				АВ2
Спеціальні (фахові) компетентності - 14				
СК1	ЗН1		К1	
СК2	ЗН2	УМ1	К1	
СК3		УМ1	К1	
СК4	ЗН2		К1	АВ2
СК5	ЗН2	УМ1		
СК6	ЗН2	УМ1	К1	
СК7	ЗН2	УМ1	К1	
СК8	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
СК 9	ЗН1		К1	
СК 10	ЗН1	УМ1		
СК 11	ЗН2	УМ1	К1	
СК 12		УМ1	К2	АВ1
СК 13		УМ1	К1	АВ1
СК 14		УМ1	К1	АВ1
СК 15		УМ1	К1	АВ1
СК 16		УМ1	К1	АВ1
СК 17		УМ1	К1	АВ1

Таблиця 2

Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей (6-й рівень, бакалаврський)

Програ мні результ ати навчан ня (ПРН)	Компетентності																																	
	ІК	Загальні компетентності (ЗК)															Спеціальні (фахові) компетентності (СК)																	
		ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	ЗК 9	ЗК 10	ЗК 11	ЗК 12	ЗК 13	ЗК 14	ЗК 15	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10	СК 11	СК 12	СК 13	СК 14	СК 15	СК 16	СК 17	
ПРН1	+					+											+	+										+						
ПРН2	+			+		+	+	+	+										+											+	+			
ПРН3	+						+						+							+					+	+	+							
ПРН4	+							+	+										+			+	+							+	+	+	+	
ПРН5	+			+		+																+	+					+		+				
ПРН6	+			+		+	+	+												+	+	+	+							+		+	+	
ПРН7	+								+																	+	+	+			+		+	+
ПРН8	+			+	+		+	+									+				+				+	+			+			+		
ПРН9	+					+	+																+				+	+	+	+			+	
ПРН10	+							+	+	+									+									+	+	+			+	
ПРН11	+			+		+	+					+									+	+		+			+	+	+				+	
ПРН12	+				+		+				+				+				+		+										+			
ПРН13	+				+									+									+						+					
ПРН14	+				+	+		+			+									+										+	+			
ПРН15	+	+	+										+	+	+													+						
ПРН16	+				+		+							+	+					+	+								+					
ПРН17	+									+							+											+						
ПРН18	+	+	+											+	+																			
ПРН19	+						+	+					+									+	+									+		
ПРН20	+						+	+	+												+	+			+	+					+	+		

Таблиця 3

Матриця відповідності визначених ОП компетентностей компонентам освітньої програми

(обов'язкові компоненти)

	O K 1	O K 2	O K 3	O K 4	O K 5	O K 6	O K 7	O K 8	O K 9	O K 10	O K 11	O K 12	O K 13	O K 14	O K 15	O K 16	O K 17	O K 18	O K 19	O K 20	O K 21	O K 22	O K 23	O K 24	O K 25	O K 26	O K 27	O K 28	O K 29	O K 30	O K 31	O K 32	O K 33	O K 34	O K 35	O K 36	O K 37	O K 38				
IK	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			
3K1	+	+		+						+	+										+						+	+												+		
3K2		+		+		+		+			+		+								+						+															
3K3					+	+	+		+			+	+	+																+	+		+									
3K4	+		+			+						+	+	+													+			+		+				+						
3K5								+		+									+									+			+											
3K6							+									+	+			+										+	+	+						+				
3K7												+									+								+	+	+	+	+					+	+			
3K8	+								+						+					+								+					+	+								
3K9											+		+														+	+				+	+	+	+	+		+				
3K10			+																								+									+	+					
3K11								+											+											+			+			+				+		
3K12							+				+	+		+				+	+		+				+										+							
3K13															+					+							+						+		+							
3K14	+									+										+		+						+			+											
3K15	+									+																	+		+							+						
CK1																	+					+										+										
CK2																+	+			+					+		+					+										
CK3																				+					+	+	+															
CK4																				+			+	+	+			+	+	+												
CK5																				+			+				+	+	+	+		+										
CK6																				+							+	+			+	+										
CK7																		+						+							+				+							
CK8																							+					+	+							+						
CK9																							+				+															
CK10												+															+				+			+			+					
CK11							+					+		+	+					+	+							+	+	+	+	+	+	+								
CK12												+															+	+				+	+	+								
CK13																											+			+			+									
CK14																											+			+									+	+		
CK15							+					+	+	+	+												+	+						+	+							
CK16																				+							+				+	+										
CK17																			+													+									+	

Таблиця 4

Матриця відповідності забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентам освітньої програми

Освітні компоненти	ПРН1	ПРН2	ПРН3	ПРН4	ПРН5	ПРН6	ПРН7	ПРН8	ПРН9	ПРН10	ПРН11	ПРН12	ПРН13	ПРН14	ПРН15	ПРН16	ПРН17	ПРН18	ПРН19	ПРН20
ОК 1											+	+			+	+		+		
ОК 2												+			+	+	+	+		
ОК 3										+	+					+	+	+		
ОК 4										+	+					+	+	+		
ОК 5			+	+		+			+							+				
ОК 6												+			+	+		+		
ОК 7		+										+							+	
ОК 8															+			+		
ОК 9				+												+				+
ОК 10						+			+						+	+		+		
ОК 11										+					+	+	+	+		
ОК 12		+								+		+							+	
ОК 13		+		+			+												+	+
ОК 14		+								+		+							+	
ОК 15		+	+		+										+	+				
ОК 16	+	+									+	+		+						
ОК 17	+										+				+	+		+		
ОК 18						+				+			+						+	
ОК 19											+	+	+	+		+				
ОК 20	+	+	+				+								+		+	+		+
ОК 21				+		+				+	+			+						
ОК 22	+						+	+								+		+		+
ОК 23			+				+	+	+	+										
ОК 24				+		+				+	+			+					+	
ОК 25				+	+	+										+				
ОК 26				+	+		+	+				+				+				+
ОК 27		+		+	+		+		+											+
ОК 28			+	+		+														+
ОК 29					+	+		+		+	+									+
ОК 30					+	+		+	+										+	+
ОК 31						+		+	+	+			+	+					+	+
ОК 32		+	+	+	+				+									+		+
ОК 33			+		+		+						+				+			
ОК 34				+	+		+							+	+		+			+
ОК 35			+		+												+	+		
ОК 36			+									+	+						+	
ОК 37			+										+	+					+	
ОК 38			+											+					+	+

