

ПРОЄКТ



**МІЖНАРОДНИЙ ЄВРОПЕЙСЬКИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

**Навчально-науковий інститут
«Європейська школа бізнесу»**



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

Перший (бакалаврський) рівень

за спеціальністю D5 «Маркетинг» (075 Маркетинг)

галузі знань D «Управління та адміністрування» (07 Управління та адміністрування)

кваліфікація: бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради

_____ **Олег Падалка**

_____ року
(протокол № ____ від _____)

Уведено в дію з _____ р.

(наказ № _____ від _____ 20__ р.)

Київ – 2025 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» (075 Маркетинг) галузі знань D «Управління та адміністрування» (07 Управління та адміністрування) розроблена відповідно до Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII (зі змінами та доповненнями), постанов Кабінету Міністрів України: «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011 № 1341 (в редакції постанови КМУ 25.06.2020 № 519), «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30.12.2015 № 1187 (зі змінами), наказу МОН «Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти» від 05.12.2018 р. № 1343.

Освітньо-професійна програма визначає передумови доступу до навчання, орієнтацію та основний фокус, обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття ступеня вищої освіти бакалавр, перелік загальних та спеціальних (фахових) компетентностей, нормативний і варіативний зміст підготовки фахівця, сформульований у термінах результатів навчання та вимоги до контролю якості вищої освіти.

Розроблено робочою групою освітньо-професійної програми у складі:

№ з/п	ПІБ	Посада	Науковий ступінь, вчене звання
1	Кузьменко Ольга Андріївна (гарант)	доцент кафедри менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування	канд. екон. наук, доцент
2	Галенін Роман Володимирович	доцент кафедри менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування	канд. екон. наук
3	Павлов Владислав Владиславович	професор кафедри менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування	д-р екон. наук, доцент

Залучені стейкхолдери:

№ з/п	ПІБ	Місце роботи, посада
1.	Півненко В.М	ТОВ «Телеком Системи», м. Суми
2.	Чуйченко Є.В.	ТОВ «Баума Україна», м. Київ
3	Архипченко О.Ю	ТОВ «Big Dutchman-Україна», м. Київ
4.	Рудика В.В.	ТОВ «Рекламна група Регіон»
5.	Садовська К.А.	Здобувач вищої освіти

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів розміщені за посиланням: <https://ie.u.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy>

1. Профіль освітньої програми

Розділ 1. Загальна інформація		
1.1	Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	МІЖНАРОДНИЙ ЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ. Навчально-науковий інститут «Європейська школа бізнесу». Кафедра менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування.
1.2	Найменування партнера за узгодженою спільною освітньою програмою (за наявності)	–
1.3	Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
1.4	Тип освітньої програми	Освітньо-професійна
1.5	Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
1.6	Галузь знань (галузі знань, за потреби - для міждисциплінарних освітніх програм)	D «Управління та адміністрування»
1.7	Спеціальність (спеціальності - для міждисциплінарних освітніх програм)	D5 «Маркетинг»
1.8	Спеціалізація або предметна спеціальність (за наявності)	–
1.9	Ступінь вищої освіти та назва освітньої кваліфікації	Бакалавр. Бакалавр маркетингу
1.10.	Професійна кваліфікація (за наявності)	–
1.11	Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний; 240 кредитів ЄКТС; термін навчання – 3 роки 10 місяців
1.12	Акредитаційна інституція	Національне агентство забезпечення якості освіти (сертифікат про акредитацію освітньої програми № 11191 від 25.04.2025 р.)
1.12	Період акредитації	До 22.04.2026 р.
1.13	Цикл/рівень	перший (бакалаврський) рівень, FQ-EHEAF - перший цикл, EQF- LLL – 6 рівень, НРК України – 6 рівень
1.14	Передумови (вимоги до освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою (відповідно до стандартів вищої освіти)	Вступ здійснюється відповідно до Правил прийому на навчання для здобуття вищої освіти у Міжнародному європейському університеті в 2025 році (https://ieu.edu.ua/vstup/pryimalna-komisiia/pravy-la-priyomu): ▪ на базі повної загальної середньої освіти (ПЗСО); ▪ на базі ступеня «молодший бакалавр» (ОКР «молодший спеціаліст») ЗВО 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» – обсягом не більше ніж 120 кредитів ЄКТС; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС; ▪ на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» ЗВО 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 ОКР «молодший спеціаліст» здійснюється за результатами ЗНО/НМТ в порядку, визначеному законодавством
1.15	Кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання програми	240 кредитів ЄКТС
1.16	Форми здобуття освіти за цією освітньою програмою та розрахункові строки виконання освітньої програми за кожною з них	Денна форма, 3 роки 10 місяців Заочна форма, 3 роки 10 місяців
1.17	Мова(и) викладання	Українська, англійська
1.18	Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://ieu.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy
2. Мета освітньо-професійної програми		
Підготовка бакалаврів в галузі маркетингу, здатних оперувати знаннями, вміннями і навичками у сфері маркетингової діяльності та самостійно вирішувати складні фахові задачі, що передбачає використання концептуальних науково-практичних знань, цифрових інструментів, підходів на основі аналітичного, критичного, креативного мислення, які спрямовані на підвищення ефективності роботи будь-якої організації, з метою інтенсифікації інтеграції України до європейського простору з реалізацією принципів сталого розвитку.		
3. Характеристика освітньої програми		
3.1.	Предметна область (галузь знань, спеціальність)	D «Управління та адміністрування» D5 «Маркетинг»
3.2.	Опис предметної області (об'єкт вивчення, цілі навчання, теоретичний зміст предметної області, методи, методики та технології, інструменти та обладнання):	Об'єкт вивчення: • маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: • підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. 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, дослідження ринку та його суб'єктів, зміст

		маркетингової діяльності, зокрема товарної, цінової, збутової, комунікаційної політик. Методи, методики та технології: - загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструменти та обладнання: - сучасне інформаційно-комунікаційне обладнання, універсальні та спеціалізовані інформаційні системи, програмні продукти, що застосовуються в маркетингу для прийняття управлінських маркетингових рішень.
3.3	Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма базується на концептуальних теоретичних засадах провідних наукових шкіл менеджменту, економіки, маркетингу, узагальненні теоретико-практичного досвіду у сфері маркетингової діяльності, що дозволяє сформулювати актуальні на ринку праці компетентності у фахівця, які у своєму синергетичному поєднанні аналітичного, критичного, креативного мислення, забезпечують можливість побудови ефективної професійної кар'єри.
3.4	Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Підготовка фахівців у сфері маркетингу здатних системно підходити до організації та ефективного провадження маркетингової діяльності на функціональному рівні шляхом дослідження ринків; планування товарної, цінової, збутової, комунікаційної політик; використання цифрових інструментів у сфері маркетингу на основі інноваційних методів, технологій, враховуючи зарубіжний досвід, за для реалізації принципів збалансованого розвитку, сприяючи інтеграції України до міжнародного простору. Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, дослідження, організація і планування товарної, цінової, збутової, комунікаційної політик, інновації, цифровий маркетинг, цифрові технології.
3.5	Особливості освітньої програми	Поглиблене вивчення і знання сучасних прикладних маркетингових концепцій виробничого, товарного, збутового, інноваційного, цифрового, соціально-етичного, екологічного, відповідального, інтегрального, холістичного маркетингу, спрямованих на розв'язання реальних проблем бізнесу. Володіння інструментами організації, аналізу, планування, ефективності та результативності, інноваційних, цифрових технологій, критеріїв прийняття ефективних маркетингових рішень. У межах вибірових дисциплін надається можливість отримання універсальних та професійно-орієнтованих профілів підготовки.
Розділ 4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання		
4.1	Придатність до	Після закінчення навчання за освітньо-професійною

	працевлаштування	програмою випускник здатен виконувати зазначену в Національному класифікаторі України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 професійну роботу і може займати відповідну первинну посаду за категоріями: Керівники підрозділів маркетингу, код КП 1233; Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю, код КП 1234; Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність) , код КП 2419.1; Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності, код КП 2419.2; Менеджери (управителі) у сфері досліджень та розробок, код КП 1474; Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки, код КП 1474.3; Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління, код КП 1474.4; Менеджери (управителі) з реклами, код КП 1476.1; Керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні, код КП 1317
4.2	Академічні права випускників (подальше навчання)	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
Розділ 5. Викладання та оцінювання		
5.1	Викладання та навчання (методи, методики, технології, інструменти та обладнання)	Форми навчання: • очна, • заочна. Підходи, що використовуються у процесі навчання: • компетентнісний, студентоцентризований, проблемно-орієнтований підходи та ініціативне самонавчання. Методи навчання: проведення лекцій, практичних занять, тренінгів, майстер-класів, реалізація інтерактивного навчання у вигляді кейс-завдань та навчальних дискусій на задану тематику; виконання самостійної роботи; індивідуальна дослідно-аналітична діяльність здобувачів вищої освіти щодо виконання презентацій, рефератів, тестових, розрахунково-аналітичних та ситуаційних завдань; проведення семінарів, консультацій з викладачами; наукових конференцій, виробничої та переддипломної практики, написання бакалаврської кваліфікаційної роботи, її презентація та обговорення під час передзахистів за участю викладачів та одногрупників. Технології навчання: проблемно-орієнтоване,

		практичне, проєктне, інтерактивне, електронне навчання, самонавчання.
5.2	Оцінювання	Система оцінювання побудована на урахуванні вихідної результативності навчальної активності студентів у процесі проходження поточного та підсумкового контролю у межах визначених форм організації освітнього процесу: навчальні заняття, самостійна робота, практична підготовка, контрольні заходи. Оцінювання успішності студентів проводиться за Європейською кредитною трансферно-накопичувальною системою організації навчального процесу (ECTS). Атестація випускників здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Розділ 6. Програмні компетентності і результати навчання		
6.1	Інтегральні компетентності (ІК)	Здатність розв'язувати складні 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
6.2	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.
6.3	Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу 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.
6.4	Додаткові фахові компетентності, пов'язані з особливостями освітньої програми (за наявності)	–
Розділ 7. Програмні результати навчання		

7.1	Програмні результати навчання (ПРН)	ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб’єктів. ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб’єкта та їх взаємозв’язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб’єкта. ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб’єкта. ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПРН 14. Виконувати функціональні обов’язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПРН 15. 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. ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
7.2.	Додаткові програмні результати навчання, пов'язані з особливостями освітньої програми (за наявності):	–
Розділ 7. Ресурсне забезпечення реалізації програми		
7.1	Кадрове забезпечення	Науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму, за кваліфікацією відповідають профілю і напрямку дисциплін, що викладаються. Мають підтверджений рівень наукової і професійної активності, є переважно штатними співробітниками Міжнародного Європейського університету. В процесі організації освітнього процесу залучаються професіонали з досвідом маркетингової/управлінської/творчої роботи та/або роботи за фахом.
7.2	Матеріально-технічне забезпечення	Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями відповідає потребі, зокрема: навчальні корпуси; гуртожитки; тематичні кабінети; спеціалізовані лабораторії; комп'ютерні класи; пункти харчування; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; мультимедійне обладнання; спортивний зал, спортивні майданчики. Матеріально-технічне забезпечення дозволяє організовувати та проводити заняття з усіх навчальних дисциплін на належному науково-методичному рівні. Для проведення лекційних занять використовуються мультимедійні проектори, навчальні аудиторії обладнані комп'ютерною технікою. При проведенні практичних занять використовуються інформаційні системи та програмні продукти, які застосовуються в маркетингу для роботи з соціальними мережами та контентом, аналітики та візуалізації даних, Email-маркетингу, Веб-аналітики та SEO, CRM та автоматизації маркетингу, а саме Google Analytics, Google Search Console, Google Data Studio, Tableau Public, Microsoft Power BI Desktop, Canva, Meta Business Suite, Bitrix24, Trello, ChatGPT та ін.

7.3	Інформаційне навчально-методичне забезпечення та	Офіційний веб-сайт (https://ieu.edu.ua/) містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Навчально-методичне забезпечення (комплекси) навчальних дисциплін, які містять підручники, навчальні посібники, конспекти лекцій, збірники ситуаційних задач, методичні розробки до практичних занять, методичні вказівки до написання курсових робіт, до самостійної роботи студентів, індивідуальні завдання практичної спрямованості; методичні матеріали до проходження практик, завдання для контролю знань (екзаменаційні білети, тестові завдання, комплексні контрольні роботи); сучасні інформаційні джерела; бібліотека із сучасною навчальною літературою, науковими, довідниковими та фаховими періодичними виданнями. Усі навчально-методичні матеріали доступні для студентів у читальному залі навчально-наукової бібліотеки. Читальний зал має комп'ютери і бездротовий доступ до мережі Інтернет. Всі ресурси бібліотеки доступні на сайті університету (https://library.ieu.edu.ua/)
Розділ 8. Академічна мобільність		
8.1	Національна і міжнародна кредитна мобільність	На підставі Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Міжнародного Європейського Університету на основі двосторонніх договорів між МЄУ та університетами-партнерами, конвенцій, угод, меморандумів та інших чинних нормативно-правових актів, що регламентують ці питання. Допускаються індивідуальні угоди про академічну мобільність для навчання та проведення досліджень в університетах та наукових установах України та інших країн. Визнання результатів навчання інших освітніх закладів в рамках академічної мобільності відповідно до угод Міжнародного європейського Університету (https://ieu.edu.ua/pro-mieu/publicna-informatsiia).
8.2	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних студентів проводиться згідно із вимогами законодавства та правилами прийому до Міжнародного європейського університету (https://ieu.edu.ua/mizhnarodna-diialnist/pravy-la-priyomu-navchannia-ta-prozhyvannia-inozemnykh-studentiv)

2. Перелік компонентів освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1 Перелік компонент освітньої програми

«Маркетинг»

Код ОК	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. Обов'язкові освітні компоненти освітньої програми			
1.1. Цикл загальної підготовки			
OK1	Історія української державності та культури	4	екзамен
OK2	Академічна доброчесність та основи наукових досліджень	4	диф. залік
OK3	Українська мова (за професійним спрямуванням)	4	екзамен
OK4	Безпека життєдіяльності, охорона праці та цивільний захист*	3	залік
OK5	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	21	залік, екзамен
OK6	Цифрові технології навчання та професійної діяльності	4	екзамен
OK7	Вища та прикладна математика	8	залік, екзамен
OK8	Філософія, етика та естетика	3	залік
OK9	Правознавство	4	залік
OK10	Економічна теорія	4	екзамен
OK11	Психологія бізнесу	3	залік
OK12	Статистика	4	екзамен
Загальний обсяг циклу загальної підготовки		66	x
1.2. Цикл професійної та практичної підготовки			
OK13	Маркетинг. Вступ до спеціальності	3	Залік
OK14	Товарознавство і маркетингова товарна політика	4	екзамен
OK15	Організація управлінської роботи	4	залік
OK16	Економіка підприємств різних форм власності	4	екзамен
OK17	Фінанси, гроші та кредит	4	екзамен
OK18	Міжнародні економічні відносини	4	залік екзамен
OK19	Маркетингова збутова політика	4	екзамен
OK20	Облік і аудит	4	екзамен
OK21	Менеджмент	4	екзамен
OK22	Маркетинг	4	екзамен
OK22к	Маркетинг (курсова робота)	2	диф. залік, захист
OK23	Електронна комерція	3	залік
OK24	Європейський транснаціональний простір	4	екзамен
OK25	Маркетинг промислового підприємства	4	екзамен
OK26	Бізнес-комунікації	4	екзамен
OK27	Логістика	3	залік
OK28	Цифрові технології та інструменти в маркетингу	3	екзамен
OK29	Маркетинг в соціальних мережах (SMM)	3	екзамен
OK30	Маркетинг послуг	3	екзамен

OK31	Графічний дизайн у маркетингу	4	залік
OK32	Інфраструктура товарного ринку	3	екзамен
OK33	Маркетингові дослідження	3	екзамен
OK34	Digital-маркетинг	3	екзамен
OK35	Паблік рилейшнз	3	екзамен
Практична підготовка			
OK36	Навчальна практика	5	диф. залік
OK37	Виробнича практика	6	диф. залік
OK38	Переддипломна практика	6	диф. залік
Атестація здобувачів вищої освіти			
OK39	Кваліфікаційна робота	9	захист
Загальний обсяг циклу професійної та практичної підготовки		110	х
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		176	х
2. Вибіркові освітні компоненти освітньої програми**			
ВК	Вибіркові компоненти, визначені індивідуальним навчальним планом здобувача освіти	4	залік
Загальний обсяг вибірових компонентів		64	х
Загальний обсяг освітньо-професійної програми		240	х
3. Базова загальновійськова підготовка***			
OK40	Теоретична базова загальновійськова підготовка	3	диф.залік
OK41	Практична базова загальновійськова підготовка	7	Визначається програмою дисципліни
Загальний обсяг базової загальновійськової підготовки		10	х

* **OK4** є частиною обов'язкових компонент освітньої програми **для осіб, для яких проходження базової загальновійськової підготовки не є обов'язковим** і які в таких випадках не проходять її добровільно (відповідно до норм Порядку проведення базової загальновійськової підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 21.06.2024 № 734).

** Здобувач вищої освіти здійснює свій вибір відповідно до Положення про реалізацію здобувачами вищої освіти права на формування індивідуальної освітньої траєкторії. Вибір здійснюється із Каталогу вибірових дисциплін (<https://ieu.edu.ua/navchannia/vib-rkov-d-stsipl-ni>). При цьому **річне навчальне навантаження** здобувача освіти може становити **не менше 30 і не більше 80 кредитів ЄКТС**.

*** Базова загальновійськова підготовка (OK40, OK41) введена до освітньої програми на підставі п. 7 Порядку проведення базової загальновійськової підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 21.06.2024 № 734.

Форми організації освітнього процесу, види навчальних занять, кількість годин, відведених на їх опанування, форми та засоби поточного і підсумкового контролю визначаються програмою навчальної дисципліни, яка розробляється на основі типової програми навчальної дисципліни «Базова загальновійськова підготовка», розробленої та затвердженої Генеральним штабом Збройних Сил України за погодженням з Міністерством освіти і науки України (з урахуванням норм постанови Кабінету Міністрів України від 21.06.2024 № 734).

Здобувачі вищої освіти, для яких проходження базової загальновійськової підготовки не є обов'язковим і які в таких випадках не проходять її добровільно (з урахуванням норм постанови Кабінету Міністрів України від 21.06.2024 № 734), вивчають дисципліни, які є альтернативними базовій загальновійськовій підготовці. Ці дисципліни спрямовані на додаткове (поглиблене, розширене, доповнене тощо) досягнення програмних результатів навчання та здобуття компетентностей, які відповідно досягаються та здобуваються за рахунок вивчення інших обов'язкових навчальних дисциплін освітньої програми, що передують вивченню чи вивчаються у тому ж семестрі, що й альтернативні базовій загальновійськовій

підготовці навчальні дисципліни. Формування переліку навчальних дисциплін, які є альтернативними базовій загальновійськовій підготовці, визначається внутрішніми нормативними актами Університету.

2.2 Структурно-логічна схема освітньої програми «Маркетинг»

Код ОК	Семестр	Пререквізити (код ОК, вивчення яких є передумовою для успішного опанування відповідної ОК)	Постреквізити (код ОК, для яких відповідна дисципліна є передумовою їх успішного опанування)
I рік навчання			
Обов'язкові компоненти			
ОК1	1		ОК8, ОК24
ОК2	1		ОК22к, ОК39
ОК3	1		ОК26
ОК5	1		ОК26
ОК6	1		ОК23, ОК28, ОК29, ОК31, ОК34
ОК7	1		ОК12, ОК33
ОК10	1		ОК16, ОК17, ОК18, ОК20, ОК21, ОК22, ОК22к
ОК13	1		ОК14, ОК15, ОК19, ОК22, ОК36
Разом кредитів ЄКТС:			30
ОК5	2		ОК26
ОК7	2		ОК12, ОК33
ОК8	2	ОК1	
ОК11	2		ОК 35
ОК14	2	ОК13	ОК33, ОК36
ОК16	2	ОК10	ОК22, ОК25, ОК36
ОК17	2	ОК10	ОК33, ОК36
ОК18	2	ОК10	ОК24, ОК36
Разом кредитів ЄКТС:			29
Вибіркові компоненти, кредитів ЄКТС на рік			–
II рік навчання			
Обов'язкові компоненти			
ОК5	3		ОК26
ОК12	3	ОК7	ОК33
ОК15	3	ОК13	ОК22, ОК22к, ОК36
ОК19	3	ОК13	ОК27, ОК32, ОК36
ОК21	3	ОК10	ОК22, ОК22к, ОК36
Разом кредитів ЄКТС:			19
ОК5	4		ОК26
ОК20	4	ОК10	
ОК22	4	ОК10, ОК13, ОК16, ОК21	ОК25, ОК29, ОК30, ОК33, ОК34, ОК36
ОК22к	4	ОК2, ОК10, ОК13, ОК15, ОК16, ОК21	ОК39
ОК36	4	ОК13, ОК14, ОК15, ОК16, ОК17, ОК18, ОК19, ОК20, ОК21, ОК22	ОК37
<i>Для осіб, які проходять базову загальновійськову підготовку</i>			
ОК40	4		ОК41
ОК41	4	ОК40	

<i>Для осіб, які не проходять базову загальновійськову підготовку</i>			
OK4	4		
OK9	4		
OK27	4	OK19, OK21	
Разом кредитів ЄКТС:			28
Вибіркові компоненти, кредитів ЄКТС на рік			До 33
Рекомендований обсяг ВК (зимовий/весняний семестр)			8/8
III рік навчання			
Обов'язкові компоненти			
OK5	5		OK26
OK23	5	OK6, OK22	OK28, OK37
OK24	5	OK1, OK18, OK19	
OK25	5	OK14, OK16, OK22	OK37
OK26	5	OK3, OK5, OK11	OK35
Разом кредитів ЄКТС:			18
OK5	6		OK26
OK28	6	OK6, OK13, OK22, OK23	OK34, OK37
OK29	6	OK6, OK13, OK22	OK34, OK37
OK37	6	OK23, OK25, OK28, OK29, OK36	OK38
Разом кредитів ЄКТС:			15
Вибіркові компоненти, кредитів ЄКТС на рік			До 47
Рекомендований обсяг ВК (зимовий/весняний семестр)			12/12
IV рік навчання			
Обов'язкові компоненти			
OK5	7		OK26
OK30	7	OK13, OK22	OK38
OK31	7	OK6	OK38
OK32	7	OK14, OK19	OK38
OK33	7	OK7, OK12, OK14, OK17, OK22	OK38
Разом кредитів ЄКТС:			16
OK34	8	OK6, OK22, OK23, OK28, OK29	OK38
OK35	8	OK11, OK26	OK38
OK38	8	OK30, OK31, OK32, OK33, OK34, OK35, OK37	OK39
OK39	8	OK2, OK38	
Разом кредитів ЄКТС:			21
Вибіркові компоненти: кредитів ЄКТС на рік			До 43
Рекомендований обсяг ВК (зимовий/весняний семестр)			12/12

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи (за наявності)	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми в сфері управління, що характеризується комплексністю і невизначеністю умов, із застосуванням теорій та методів економічної науки. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному ресурсі університету.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

[illegible]

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньо-професійної програми

	Освітні компоненти (ОК)																																										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	21к	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	
ПРН1																																											
ПРН2																																											
ПРН3																																											
ПРН4																																											
ПРН5																																											
ПРН6																																											
ПРН7																																											
ПРН8																																											
ПРН9																																											
ПРН10																																											
ПРН11																																											
ПРН12																																											
ПРН13																																											
ПРН14																																											
ПРН15																																											
ПРН16																																											
ПРН17																																											
ПРН18																																											

6. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У Міжнародному європейському університеті (МЄУ) функціонує система внутрішнього забезпечення якості освіти (ВЗЯО), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників університету та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті МЄУ, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у т. ч. самостійної роботи здобувачів вищої освіти, за кожною освітньою програмою;
- забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками університету та здобувачами вищої освіти, у т. ч. створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- інших процедур і заходів.

Внутрішня система забезпечення якості освіти за поданням університету оцінюється Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти (НАЗЯВО) або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджується НАЗЯВО, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.