



МІЖНАРОДНИЙ ЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ПРОЕКТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

**Перший (бакалаврський) рівень
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
кваліфікація : бакалавр з маркетингу**

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради

Олег Падалка

(протокол № __ від _____ 2022 року

Освітньо - професійна програма

**Вводиться в дію наказ № ____ від
_____ 2022 р.**

**Ректор Міжнародного Європейського
університету Олег Падалка**

Київ – 2022 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» 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.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» розроблена робочою групою кафедри маркетингу і рекламного бізнесу Міжнародного європейського університету, у складі:

№ п/п	ІМ'Я	Посада	Науковий ступінь, вчене звання	Підпис
1	Марченко С.М. (гарант)	доцент кафедри менеджменту та економіки	к.е.н., доцент	
2	Васюткіна Н.В.	професор кафедри маркетингу і рекламного бізнесу	д.е.н., професор	
3	Кузьменко О.А.	доцент кафедри менеджменту та економіки	к.е.н.	
Залучені стейкхолдери				
№ п/п	ІМ'Я	Місце роботи, посада	Підпис	
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	Ремізов І.В.	ТОВ «БРИСТОЛЬ ЕКО ГРУП»		

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. ТОВ «Телеком Системи», м. Суми, директор Півненко Вадим Миколайович
2. ТОВ «Баума Україна», м. Київ, директор Чуйченко Євген Володимирович
3. ТОВ «Big Dutchman-Україна», м. Київ, директор Архипченко Олег Юрійович
4. ТОВ «БРИСТОЛЬ ЕКО ГРУП», директор Ремізов Ігор Володимирович

Профіль освітньої-професійної програми зі спеціальності
075 «Маркетинг»
Галузі знань 07 Управління та адміністрування
Кваліфікація: бакалавр з маркетингу

1. Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Міжнародний європейський університет; Навчально-науковий інститут «Європейська школа бізнесу»; кафедра маркетингу та рекламного бізнесу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр Бакалавр з маркетингу
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки, 10 місяців
Наявність акредитації	Акредитація проводиться вперше
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, QF-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень.
Передумови	Вступ здійснюється відповідно до Правил прийому до МІЖНАРОДНОГО ЄВРОПЕЙСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ у 2021 році, затвердженим Вченою радою. https://ieueu.edu.ua/docs/2021/admission-rules-wo.pdf Наявність повної загальної середньої освіти, а також на основі диплома молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста). Підготовка фахівців з маркетингу проводиться за стаціонарною та заочною формами навчання
Мова(и) викладання	Українська, англійська
Термін дії освітньо-професійної програми	До наступного планового оновлення
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://business.ieueu.edu.ua/navchannia/orhanizatsiia-osvitnoho-protsesu/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, 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	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	07 «Управління та адміністрування» 075 «Маркетинг»

Опис предметної області	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. Інструментарій та обладнання: сучасне інформаційно-комунікаційне обладнання, універсальні та спеціалізовані інформаційні системи, програмні продукти, що застосовуються в маркетингу для прийняття управлінських маркетингових рішень.
Орієнтація освітньо-професійної 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 сформувати актуальні на ринку праці компетентності у фахівця, які в своєму синергетичному поєднанні аналітичного, критичного, креативного мислення, забезпечують можливість побудови ефективної професійної кар'єри.
Основний фокус освітньої програми	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 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.
Особливості освітньо-професійної програми	Поглиблене вивчення і знання сучасних прикладних маркетингових концепцій виробничого, товарного, збутового, інноваційного, соціально-етичного, екологічного, відповідального, інтегрального, холістичного маркетингу, спрямованих на вирішення реальних проблем бізнесу. Володіння інструментами організації, аналізу, планування, ефективності та результативності, інноваційних, цифрових технологій, критеріїв прийняття ефективних маркетингових рішень.

	Фахова та виробнича практика на 3-му та 4-му курсах на провідних підприємствах України різних форм власності. Мова викладання – українська та англійська
4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Бакалавр з маркетингу, згідно класифікатора професій ДКП 003:2010 може займати наступні первинні посади: «3 Фахівці»: дилери (біржові торговці за свій рахунок) та брокери (посередники) із заставних та фінансових операцій, код 3411; агенти з торгівлі майном, код 3413; закупники, код 3416; агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери, код 342; брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів, код 3421; агенти з комерційних послуг та торговельні брокери, код 3429; помічники керівників підприємств, установ та організацій, код 3436.1; помічники керівників виробничих та інших основних підрозділів, код 3436.2; помічники керівників малих підприємств без апарату управління, код 3436.3; інші помічники, код 3436.9; інші фахівці у сфері культури та мистецтва, код 3479; «14 Менеджери (управителі) підприємств, установ, організацій та їх підрозділів»: Менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі, код 1452; Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі побутовими та непродовольчими товарами та їх ремонті, код 1453; Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі побутовими товарами, код 1453.1; Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами, код 1453.2; Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі продовольчими товарами, код 1454.; Менеджери (управителі) у сфері операцій з нерухомістю для третіх осіб, код 1471; Менеджери (управителі) у сфері надання інформації, код 1473; Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки, код 1475.3; Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління, код 1475.4; Менеджери (управителі) з реклами, код 1476.1.
Подальше навчання	Можливість продовжувати навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Форми навчання: очна, заочна. 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 студентів 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, проектне, інтерактивне, електронне навчання в системі Class Room, самонавчання. Підходи, що використовуються у процесі навчання - викладання та навчання за програмою ґрунтується на застосуванні студентоцентрованого, компетентнісного, методологічного підходів навчання. https://ie.u.edu.ua/pro-mieu/publicna-informatsiia
Оцінювання	Оцінювання являє собою один із завершальних етапів навчальної діяльності студента та визначення результатів успішності навчання. Оцінювання успішності студентів проводиться за Європейською кредитною трансферно-накопичувальною системою організації навчального процесу (ECTS). Оцінювання є поточне та підсумкове. Поточне оцінювання включає оцінювання на практичних заняттях та результатів самостійної роботи студента, а підсумкове оцінювання – іспити, заліки, написання звітів по практиці, виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи, тощо. https://ie.u.edu.ua/pro-mieu/publicna-informatsiia
6. Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати 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.
Загальні компетентності	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.
Загальні компетентності (ЗК), визначені закладом вищої освіти	ЗК 15. Здатність до аналізу та синтезу із використанням логічних аргументів та доказаних фактів. ЗК 16. Здатність використовувати та дотримуватись національних та міжнародних стандартів, чинних правових норм у своїй професійній діяльності. ЗК 17. Здатність шляхом самостійного навчання освоїти нові області, підвищуючи свою компетентність в професійній сфері, розширювати кругозір, використовуючи нові знання для підвищення ефективності поточної роботи. ЗК 18. Дотримання етичних принципів як з погляду професійної чесності, так і з погляду розуміння можливого впливу досягнень з маркетингу на соціальну сферу.
Спеціальні (фахові, предметні) 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 інноваційній 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.
Спеціальні (фахові, предметні)	СК15. Володіти базовими загальними знаннями, а саме: маркетингові інструменти та методи роботи на промислових,

компетентності (СК), визначені закладом вищої освіти	міжнародних ринках та в сфері послуг СК 16. Здатність до аналізу товарної, цінової, комунікаційної, збутової діяльності, виявлення проблем та маркетингового обґрунтування шляхів їх вирішення; до виконання аналітичних, прогнозних функцій та оцінювання ефективності побудови і управління маркетинговим комплексом суб'єктів господарювання. СК 17. Здатність розуміти та уміло використовувати математичні та числові методи, які часто використовуються для доцільності прийняття маркетингових рішень, в тому числі, у розрізі міжнародної економічної діяльності.
7. Програмні результати навчання	
	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.
Програмні результати навчання, визначені закладом вищої освіти	ПРН 19. Ідентифікувати економіко-правові та екологічні наслідки функціонування підприємств в умовах сталого розвитку суспільства. ПРН 20. Оцінювати участь підприємств у євроінтеграційних процесах та виявляти перспективи їх майбутнього розвитку. ПРН 21. Виконувати дослідження стану та закономірності розвитку промислового, міжнародного ринків та сфери послуг. ПРН 22. Аналізувати ситуацію на міжнародному ринку товарів та послуг, визначати особливості та формувати маркетингову програму виходу підприємства на зовнішні ринки. ПРН 23. Демонструвати навички використання інформаційних, комунікаційних та інноваційних технологій.
8. Ресурсне забезпечення реалізації програм	
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.
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. https://ieeu.edu.ua/pro-mieu/publiczna-informatsiia 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, а саме SPSS, Marketing analytic, Statistic та ін.
Інформаційне та навчально- методичне забезпечення	- офіційний сайт МСУ: https://ie.u.edu.ua; - точки бездротового доступу до мережі Інтернет; - необмежений доступ до мережі Інтернет; - наукова бібліотека, читальні зали; - віртуальне навчальне середовище Moodle; - корпоративна пошта; - університетський репозитарій; - навчальні і робочі плани; - графіки навчального процесу; - навчально-методичні комплекси дисциплін; - навчальні та робочі програми дисциплін; - дидактичні матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін; - програми практик; - методичні вказівки щодо виконання кваліфікаційної роботи; - критерії оцінювання рівня підготовки; Офіційний веб-сайт https://ie.u.edu.ua містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Усі навчально-методичні матеріали доступні для студентів у читальному залі наукової бібліотеки. Читальний зал має комп'ютери і бездротовий доступ до мережі Інтернет. Всі ресурси бібліотеки доступні на сайті університету https://ie.u.edu.ua/login/library.html.
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На підставі Положення про «Порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу» Міжнародного Європейського Університету (Наказ від 02.02.2021 р. № 07/3-ОД) на основі двосторонніх договорів між МСУ та університетами України. Допускаються індивідуальні угоди про академічну мобільність для навчання та проведення досліджень в університетах та наукових установах України. Визнання результатів навчання інших освітніх закладів в рамках академічної мобільності відповідно до угод МІЖНАРОДНОГО ЄВРОПЕЙСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ. https://ie.u.edu.ua/pro-mieu/publicna-informatsiia
Міжнародна кредитна мобільність	На підставі Положення про «Порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу» Міжнародного Європейського Університету (Наказ від 02.02.2021 р. № 07/3-ОД) на основі двосторонніх договорів між МСУ та університетами країн-партнерів, міжнародних конвенцій, угод, меморандумів та інших діючих нормативно-правових актів, що регламентують ці питання. Співпраця з Швейцарською Бізнес Школою в Монтрьо (SMBS)

	на основі Договору про афілійоване співробітництво https://business.ieu.edu.ua/?view=article&id=94:dogov-r-pro-sp-vrob-tnitstvo-z-shvejtsars-koyu-b-znes-shkoloynu&catid=8
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе за індивідуальним графіком, після вивчення курсу з української мови. Навчання іноземних студентів проводиться згідно із вимогами законодавства та Правилами прийому до Міжнародного європейського університету. https://ieu.edu.ua/pdf/admission2020new.pdf

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

2.1 Перелік компонент освітньо-професійної програми «Маркетинг»

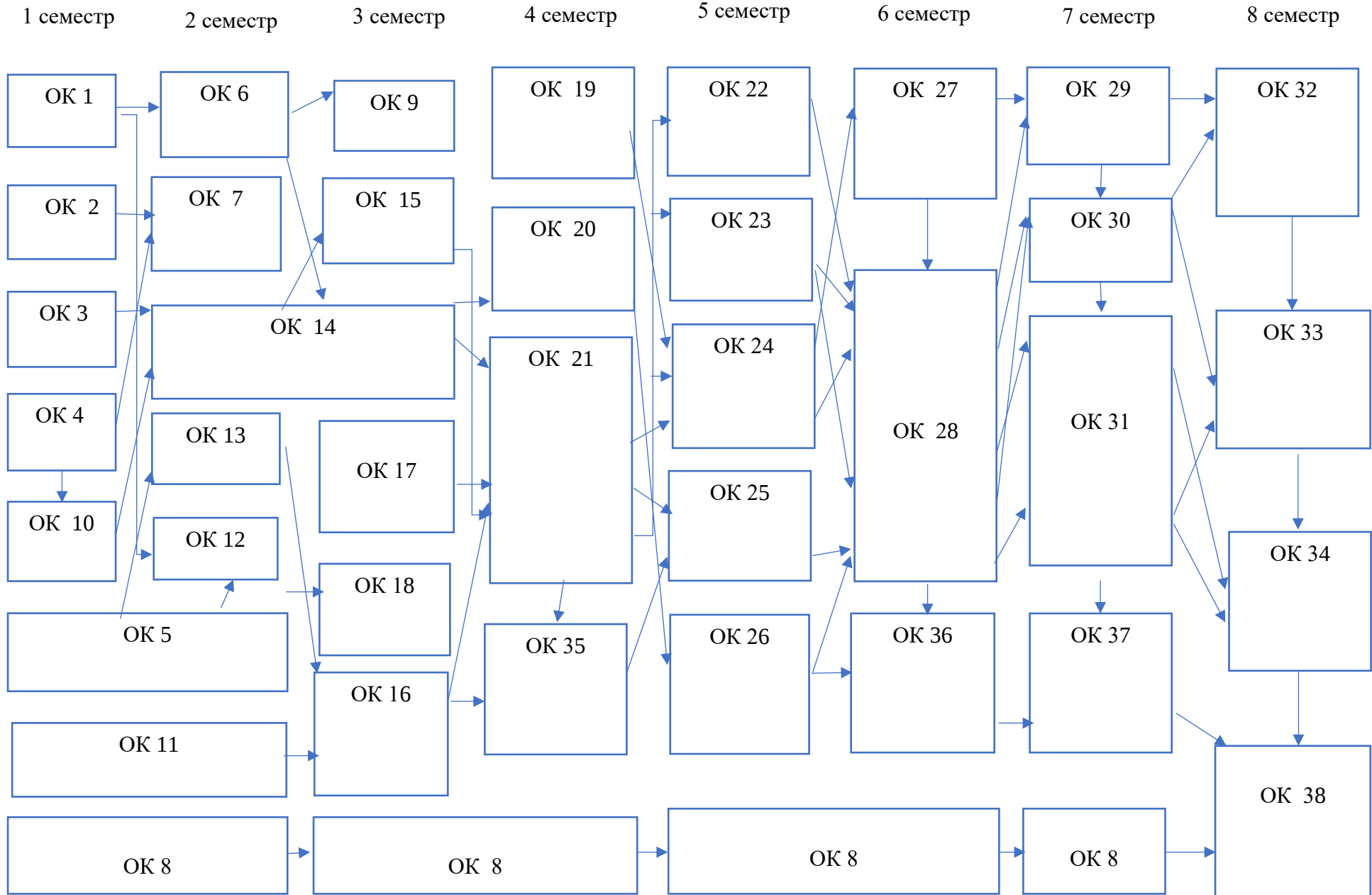
Код Н/Д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. Обов'язкові освітні компоненти освітньо-професійної програми			
1.1. Цикл загальної підготовки			
ОК 1.	Українська мова (за професійним спрямуванням)	4,0	Екзамен
ОК 2.	Безпека життєдіяльності, охорона праці та цивільний захист	3,0	Залік
ОК 3.	Історія української державності та культури	4,0	Екзамен
ОК 4.	Академічна. доброчесність та основи наукових досліджень	4,0	Залік
ОК 5.	Інформаційні системи та технології	8,0	Залік, екзамен
ОК 6.	Правознавство	4,0	Залік
ОК 7.	Філософія, етика та естетика	3,0	Екзамен
ОК 8.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	21,0	Залік, екзамен
ОК 9.	Соціологія та психологія	3,0	Екзамен
Обсяг компонентів загальної підготовки		54,0	
1.2. Цикл професійної та практичної підготовки			
ОК 10.	Вступ до спеціальності "Маркетинг"	4,0	Залік
ОК 11.	Вища та прикладна математика	8,0	Залік, екзамен
ОК 12.	Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка	4,0	Екзамен
ОК 13.	Економіка підприємств різних форм власності	3,0	Екзамен
ОК 14.	Економічна теорія	8,0	Залік, екзамен
ОК 15.	Статистика	3,0	Екзамен
ОК 16.	Еволюція маркетингу	4,0	Екзамен
ОК 17.	Фінанси, гроші та кредит	4,0	Екзамен
ОК 18.	Основи менеджменту	3,0	Екзамен
ОК 19.	Економічний аналіз господарської діяльності підприємств	3,0	Екзамен
ОК 20.	Облік і оподаткування	4,0	Екзамен
ОК 21.	Маркетинг	6,0	Екзамен,

			КСР.
ОК 22.	Маркетингові дослідження	4,0	Екзамен
ОК 23.	Маркетингова товарна політика	4,0	Екзамен
ОК 24.	Інфраструктура товарного ринку	4,0	Екзамен
ОК 25.	Поведінка споживача	4,0	Екзамен
ОК 26.	Маркетингове ціноутворення	4,0	Екзамен
ОК 27.	Менеджмент ЗЕД	3,0	Екзамен
ОК 28.	Маркетинг промислового підприємства	5,0	Екзамен, КСР
ОК 29.	Логістика	4,0	Екзамен
ОК 30.	Маркетинг послуг	4,0	Екзамен
ОК 31.	Маркетингові комунікації	4,0	Екзамен
ОК 32.	Міжнародний маркетинг	4,0	Екзамен
ОК 33.	Міжнародна реклама	3,0	Екзамен
ОК 34.	Digital-маркетинг	3,0	Екзамен
ОК 35.	Навчальна практика	4,0	залік
ОК 36.	Фахова практика	6,0	залік
ОК 37.	Виробнича практика	6,0	залік
ОК 38.	Кваліфікаційна робота	6,0	захист
Усього за циклом професійної підготовки		126	
Загальний обсяг обов'язкових компонент		180,0	
Загальний обсяг вибірових компонент ОП		60	
Загальний обсяг освітньо-професійної програми		240,0	

*Здобувач вищої освіти здійснює свій вибір відповідно до положення https://ieu.edu.ua/docs/0651_210323181709_001.pdf

**Вибір здійснюється із каталогу елективних дисциплін <https://ieu.edu.ua/navchannia/vib-rkov-d-stsipl-ni/nni-yevropeiska-shkola-biznesu/selective-073-master>

2.2. Структурно-логічна схема ОПП



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг», зі спеціальності 075 «Маркетинг», галузі знань 07 Управління та адміністрування 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 маркетингу, що характеризується комплексністю і невизначеністю умов, із застосуванням теорій та методів економічної науки. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті Міжнародного європейського університету або його підрозділу – ННІ «Європейська школа бізнесу», або у репозитарії Міжнародного європейського університету. https://ieu.edu.ua/pro-mieu/publiczna-informatsiia

4. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

В «МІЖНАРОДНОМУ ЄВРОПЕЙСЬКОМУ УНІВЕРСИТЕТІ» функціонує система забезпечення Університетом якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), 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 Університету, 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 тому числі 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 тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- інших процедур і заходів.

Система забезпечення Університетом якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням Університету оцінюється 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.

Гарант освітньої програми

С.М. Марченко

5. МАТРИЦІ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

5.1. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам циклу загальної, професійної та практичної підготовки

	OK 1	OK 2	OK 3	OK 4	OK 5	OK 6	OK 7	OK 8	OK 9	OK 10	OK 11	OK 12	OK 13	OK 14	OK 15	OK 16	OK 17	OK 18	OK 19	OK 20	OK 21	OK 22	OK 23	OK 24	OK 25	OK 26	OK 27	OK 28	OK 29	OK 30	OK 31	OK 32	OK 33	OK 34	OK 35	OK 36	OK 37	OK 38	OK 39	
3K 1	+				+								+													+				+										
3K 2	+			+	+		+		+				+	+																										
3K 3								+			+	+					+	+	+			+																		
3K 4		+								+					+																									
3K 5				+	+					+																			+											
3K 6	+	+							+					+						+	+	+						+				+								
3K 7																				+	+	+			+			+							+					
3K 8	+										+	+									+					+						+	+	+		+				
3K 9			+				+						+				+					+											+			+				
3K 10						+																				+					+				+					
3K 11		+							+	+							+									+											+	+	+	
3K 12			+			+							+			+						+	+			+						+					+	+		
3K 13					+																		+	+		+							+	+						
3K 14												+	+			+										+				+			+	+		+	+	+		
3K 15												+	+		+		+	+	+		+			+	+						+			+	+	+				
3K 16					+																			+		+		+	+					+	+					
3K 17										+											+							+		+							+	+	+	
3K 18													+												+			+		+						+	+	+	+	
CK 1										+			+	+						+	+	+	+	+	+			+	+		+	+	+	+	+	+	+			
CK 2																	+		+	+	+	+	+	+	+		+				+	+	+	+	+	+	+			
CK 3														+						+	+	+					+	+				+	+	+	+	+	+	+		
CK 4														+							+	+						+	+				+	+	+	+	+	+	+	
CK 5																				+	+	+		+	+		+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	
CK 6																				+	+	+		+	+		+	+			+	+	+	+	+	+	+	+		
CK 7																		+	+			+	+		+		+	+			+	+	+	+	+	+	+	+		
CK 8																	+	+	+			+	+					+												
CK 9																										+			+											
CK 10																						+	+		+	+									+					
CK 11																+				+	+	+	+	+				+					+			+				
CK 12													+				+				+			+	+			+								+			+	
CK 13														+		+	+											+	+			+	+	+			+	+	+	
CK 14															+	+				+	+	+			+							+	+	+		+	+	+		
CK 15															+		+				+	+			+		+					+	+	+	+	+	+	+	+	
CK 16												+					+	+		+	+	+			+	+				+	+		+	+	+	+	+	+	+	
CK 17							+	+			+	+							+	+	+	+			+					+	+		+		+					

6. МАТРИЦІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

6.1. Матриця забезпечення програмних результатів навчання компонентам циклу загальної, професійної та практичної підготовки

	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	ОК 39	
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	+				+					+	+					+	+			+							+													
ПРН 16		+																																	+	+	+	+		
ПРН 17			+			+																											+							
ПРН 18									+	+			+																	+				+						
ПРН 19	+			+	+																		+					+			+									
ПРН 20																											+				+						+	+	+	+
ПРН 21																											+			+				+			+	+	+	
ПРН 22							+					+														+	+				+	+		+		+	+	+	+	
ПРН 23							+					+					+				+				+		+						+		+		+	+	+	