

**СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ РАУФА АБЛЯЗОВА**



**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

**«МАРКЕТИНГ»**

**Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 «Маркетинг»  
галузь знань 07 Управління та адміністрування  
Кваліфікація бакалавр з маркетингу**

Розглянуто та затверджено  
на засіданні Вченої ради університету  
Протокол від 01.07.2024 р.  
№ 04-2023/2024

Черкаси, 2024

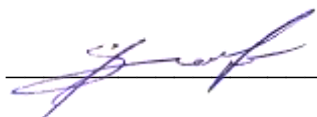
## ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

### освітньо-професійної програми

#### 075 Маркетинг

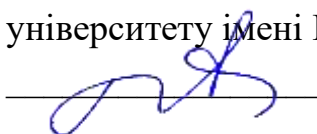
#### ПОГОДЖЕНО

Перший проректор Східноєвропейського  
університету імені Рауфа Аблязова



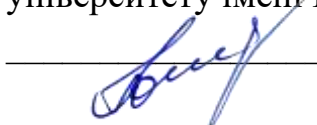
Сергій САВЧЕНКО

Проректор з навчально-організаційної роботи  
Східноєвропейського  
університету імені Рауфа Аблязова



Наталія СУШКО

Начальник навчально-організаційного  
відділу Східноєвропейського  
університету імені Рауфа Аблязова



Галина ЧЕРЕПАНОВА

#### СХВАЛЕНО

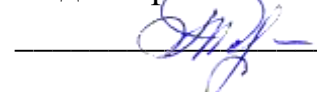
Навчально-методичною радою  
Східноєвропейського університету імені Рауфа  
Аблязова

Протокол від 01.07.2024 р. № 04-2023/2024

#### РЕКОМЕНДОВАНО

Завідувач кафедри маркетингу, фінансів, банківської справи  
та страхування

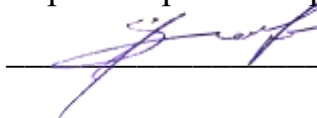
Східноєвропейського університету імені Рауфа Аблязова



Людмила ГОРДІЄНКО

#### РОЗРОБЛЕНО

Керівник робочої групи (гарант)



Сергій САВЧЕНКО

## ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійну програму «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» розроблено відповідно до Закону України «Про вищу освіту» та відповідно до Стандарту вищої освіти України, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343.

Розроблено робочою групою кафедри маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування спеціальності 075 «Маркетинг» Східноєвропейського університету імені Рауфа Аблязова у складі:

### **Керівник робочої групи (гарант):**

Савченко С.О. д.е.н., професор, Перший проректор, професор кафедри маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування

### **Члени робочої групи:**

Сукач О.М. к.е.н., доцент, професор кафедри маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування;

Сиволап Ю.Ю. викладач кафедри маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування;

Балюра Є.Ю. Діджитал-маркетолог, керівник проектів в сфері онлайн-освіти, спеціаліст з реклами в соціальних мережах.

### **Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:**

Зелений В.Ф. директор Черкаської обласної дирекції ПАТ НАСК «ОРАНТА»;

Ситник О.В. Директор ТОВ «Афіша прінт»;

Охота А.О. директор ТОВ «Конструкторське бюро Гарант», м. Черкаси.

# 1 ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

1. Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова Факультет економіки і менеджменту Кафедра маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Назва освітньої програми	Маркетинг
Інтернет-адреса розміщення освітньої програми	<a href="https://suem.edu.ua/navchannya/osvitni-programi">https://suem.edu.ua/navchannya/osvitni-programi</a>
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Освітня кваліфікація	бакалавр з маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма «Маркетинг»
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію спеціальності «Маркетинг». Рішення Акредитаційної комісії від 20.08.2016 р., протокол № 123. Термін дії сертифікату до 01.07.2026 р. (Наказ МОН від 26.12.2016 р., № 1613)
Цикл / рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-ENEA перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень вищої освіти
Обсяг освітньої програми у ЄКТС	<ul style="list-style-type: none"> <li>• на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС;</li> <li>• 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): <ul style="list-style-type: none"> <li>- спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС;</li> <li>- інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС;</li> </ul> </li> <li>- 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.</li> </ul> <p>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</p> <p>Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених цим Стандартом вищої освіти</p>

<b>Передумови</b>	Вступ на навчання на основі наявного ступеня «бакалавр», освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст», рівня вищої освіти «бакалавр», «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст», у т.ч., здобутого за іншою спеціальністю (напрямом підготовки), здійснюється за результатами ЗНО/МНТ, визначеному законодавством та відповідно до Правил прийому до університету.
<b>Опис предметної області</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</li> <li>• <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</li> <li>• <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</li> <li>• <i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методика та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</li> <li>• <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</li> </ul>
<b>Академічні права випускників</b>	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти. Підвищення кваліфікації.
<b>Мова викладання</b>	українська
<b>Основні поняття</b>	Програму розроблено з використанням основних понять та визначень регламентованих Законом України «Про вищу освіту» у відповідності до Стандарту вищої освіти України першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».
<b>2. Мета освітньої програми</b>	
Підготовка кваліфікованих фахівців із сучасним креативним мисленням відповідно до сформованих програмних (фахових та загальних) компетентностей, здатних використовувати набуті знання у сфері маркетингу для розв'язання складних практичних завдань в умовах сучасних цифрових технологій.	
<b>3. Характеристика програми</b>	
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-професійна. Програма ґрунтується на положеннях та результатах досліджень у галузі цифрового маркетингу, спрямована на здобуття затребуваної на ринку праці професії й можливість подальших наукових досліджень.
<b>Основний фокус освітньо-професійної програми</b>	Спеціальна освіта в галузі цифрового маркетингу. Освітньо-професійна програма сконцентрована на здобутті теоретичних знань та навичок з поєднанням професійної практичної підготовки у сфері цифрового маркетингу, що створює засади формування індивідуальної освітньої траєкторії.
<b>Особливості програми</b>	Програма спрямована на фундаментальну фахову і теоретичну підготовку бакалаврів маркетингу з акцентом на здобуття знань і умінь

	<p>та орієнтацією на сучасні технології та суспільні трансформації. Програма передбачає значну практичну підготовку: ознайомча, навчальна та виробничі практики. Отримання фахових консультацій від роботодавців, під час відвідування профільних установ та організацій, участі у тренінгах/зустрічах/круглих столах тощо. У рамках програми бакалаври отримують досвід науково-дослідної діяльності шляхом участі у Міжнародних та Всеукраїнських науково-практичних конференціях, форумах та освітніх проектах.</p>
<b>4. Придатність випускників освітньої програми до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	<p>У вітчизняних та іноземних компаніях різноманітної спеціалізації, займаючи посади: Digital-стратег, фахівець у сфері розвитку бізнесу, SEO фахівець, контент-менеджер, менеджер з соціальних медіа, Account Manager та інше. Робота у сфері фрілансу: SEO фахівець, копірайтер, SMM менеджер, PPC тощо. Реалізація власних проектів у сфері Digital marketing: продаж маркетингових послуг через мережу Інтернет, створення та продаж авторських digital продуктів (сайти, сервіси, мобільні додатки, Інтернет-портали та інше), співробітництво з партнерськими мережами тощо. Відповідно до чинної редакції Класифікатора професій (ДК 003:2010) випускник освітньої програми може працевлаштуватися на посади з наступною назвою роботи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>123 Керівники функціональних підрозділів</li> <li>131 Керівники малих підприємств без апарату управління</li> <li>144 Менеджери (управителі) у будівництві, на транспорті, пошті та зв'язку</li> <li>145 Менеджери (управителі) в торгівлі, готелях та закладах ресторанного господарства</li> <li>146 Менеджери (управителі) у фінансовій діяльності</li> <li>147 Менеджери (управителі) у сфері операцій з нерухомістю, здавання під найм та послуг юридичним особам</li> <li>148 Менеджери (управителі) в освіті, охороні здоров'я та соціальній сфері</li> <li>232 Викладачі середніх навчальних закладів</li> <li>2320 Викладачі середніх навчальних закладів</li> <li>241 Професіонали в сфері державної служби, аудиту, бухгалтерського обліку, праці та зайнятості, маркетингу, ефективності підприємництва, раціоналізації виробництва та інтелектуальної власності</li> <li>2419 Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності</li> <li>2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність)</li> <li>2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності</li> <li>2419.3 Професіонали державної служби</li> <li>2447 Професіонали у сфері управління проектами та програмами</li> <li>2471 Професіонали з контролю за якістю</li> <li>3340 Інші фахівці в галузі освіти</li> <li>3413 Агенти з торгівлі майном</li> <li>3414 Консультанти з подорожей та організатори подорожей</li> </ul>

	<p>342 Агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери  3436.1 Помічники керівників підприємств, установ та організацій  5220 Продавці в магазинах</p> <p>Випускники освітньо-професійної програми мають право обіймати посади, у т. ч. керівні, пов'язані з плановою-аналітичною та проєктною діяльністю на підприємствах, в установах і організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності; працювати викладачем та науковим співробітником.</p>
<b>Подальше навчання</b>	НРК України – 7 рівень, FQ-ENEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень вищої освіти
<b>5. Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	<p>Студентоцентроване навчання у формі: лекційних, практичних та семінарських занять, консультацій; самонавчання; проблемно-орієнтоване навчання, практичне навчання; участь у науково-дослідних проєктах університету; конференцій, круглих столів та семінарів, сприяють високому рівню досягнень програмних результатів навчання. Для проведення занять та консультацій запрошуються кваліфіковані фахівці у галузі цифрового маркетингу, реклами та зв'язків з громадкістю.</p> <p>Аудиторне навчання поєднується з онлайн-навчанням із застосуванням інноваційних технологій дистанційного навчання (Прометей, Teams MS, комунікаційних програмах ZOOM, цифрових інструментів Google для освіти), мобільних додатків з використанням електронних підручників та сервісів підприємств, установ та організацій.</p> <p>Заняття відбуваються в групах до 20 осіб, з предметними дискусіями та підготовкою презентацій виконаних завдань. Залучення студентів до досліджень сприяють високому рівню досягнень програмних результатів навчання. Завершальним етапом навчання є складання атестаційного екзамену.</p>
<b>Оцінювання</b>	<p>Оцінювання здійснюється за рейтинговою 100-бальною шкалою (прохідні бали 60...100), національною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»; «зараховано», «не зараховано») та Європейською кредитною трансферно-накопичувальною системою (ECTS – «A», «B», «C», «D», «E», «FX», «F»).</p> <p>Оцінюванню підлягають: письмові та усні екзамени, заліки, тестування, контрольні та індивідуальні роботи, звіти з практик та досліджень, презентації, відповідно до компетентнісних характеристик (знання, уміння/навички, комунікація, автономія і відповідальність) результатів навчання, досягнення яких контролюється.</p> <p>Підсумковою атестацією є атестаційний екзамен.</p>
<b>6. Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	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.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<p>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.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні,</p>

	<p>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.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<p><b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)</b></p>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p>



	СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
<b>7. Програмні результати навчання</b>	
	<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПР15. 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.</p> <p>ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
<b>Знання (З)</b>	<p>З1. Концептуальне розуміння SMM та знання особливостей роботи основних майданчиків (Twitter, Linkedin, Instagram, Youtube тощо).</p> <p>З2. Реалізація комплексу заходів щодо збільшення обсягів продажу продукту, який просувається, шляхом залучення клієнтів через мережу Інтернет.</p>
<b>Уміння (У)</b>	У1. 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 китичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів.
<b>Комунікація (К)</b>	К1. Здібності щодо співпраці з партнерськими програмами та мережами; навички використання електронних сервісів. К2. Здібності щодо розуміння логіки роботи сервісів; вміння писати тексти, які можна продати.
<b>Автономія і відповідальність (АВ)</b>	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.
<b>8. Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	Кадрове забезпечення відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. 77,5% науково-педагогічних працівників, які забезпечують загальні та професійні освітні компоненти програми мають науковий ступінь та вчене звання, у т.ч. не менше 25% докторів наук. До реалізації освітнього процесу залучено практикуючих фахівці – 22,5% від загальної кількості науково-педагогічних працівників за освітньою програмою. Обов'язковим елементом забезпечення якості реалізації освітньої програми є стажування (підвищення кваліфікації) викладачів, що забезпечують реалізацію програми. Викладачі освітніх компонент є керівниками та виконавцями науково-дослідних тем, офіційними опонентами щодо захисту дисертацій, членами редколегій вітчизняних видань, експертами Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти, організаторами та членами програмних комітетів конференцій, здійснюють консультування та керівництво дисертаційними і кваліфікаційними роботами.
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Матеріально-технічне забезпечення відповідає технологічним вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. Приміщення університету відповідають будівельним та санітарним нормам. Забезпеченість комп'ютерними робочими місцями та прикладними комп'ютерними програмами достатнє для виконання навчальних планів. Усі заняття забезпечуються засобами мультимедійної презентації, інструментами Excel, Цифровими інструментами Google для освіти та мобільними додатками. Навчальні лабораторії оснащені програмними продуктами для проведення досліджень і розрахунків.
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення освітньо-професійної програми «Маркетинг» відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності. Офіційний веб-сайт <a href="https://suem.edu.ua/">https://suem.edu.ua/</a> містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти.

	Інформаційне забезпечення: доступ до онлайн-бібліотеки університету; електронної бази вітчизняних та зарубіжних фахових видань. Навчально-методичне забезпечення освітніх компонентів розміщено на платформі дистанційного навчання університету «Прометей».
<b>9. Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	Програма передбачає можливість укладання угод про академічну мобільність із закладами вищої освіти, що здійснюють підготовку фахівців маркетингу.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	На основі двосторонніх угод між Східноєвропейським університетом імені Рауфа Аблязова та вищими навчальними закладами зарубіжних країн-партнерів.
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Можливе, після обов'язкового вивчення курсу української мови.
<b>10. Форми атестації здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти</b>	
<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	Атестація здобувачів кваліфікації бакалавра маркетингу здійснюється у формі атестаційного екзамену
<b>Вимоги атестаційного екзамену (екзаменів)</b>	до Атестаційний екзамен (екзамени) передбачати оцінювання результатів навчання, визначені Стандартом вищої освіти України першого (бакалаврського) рівня, галузі знань 07 – Управління та адміністрування зі спеціальності 075 – Маркетинг (від 05.12.2018 р. №1343) та освітньо-професійною програмою «Діджитал маркетинг»

## 2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХНЯ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

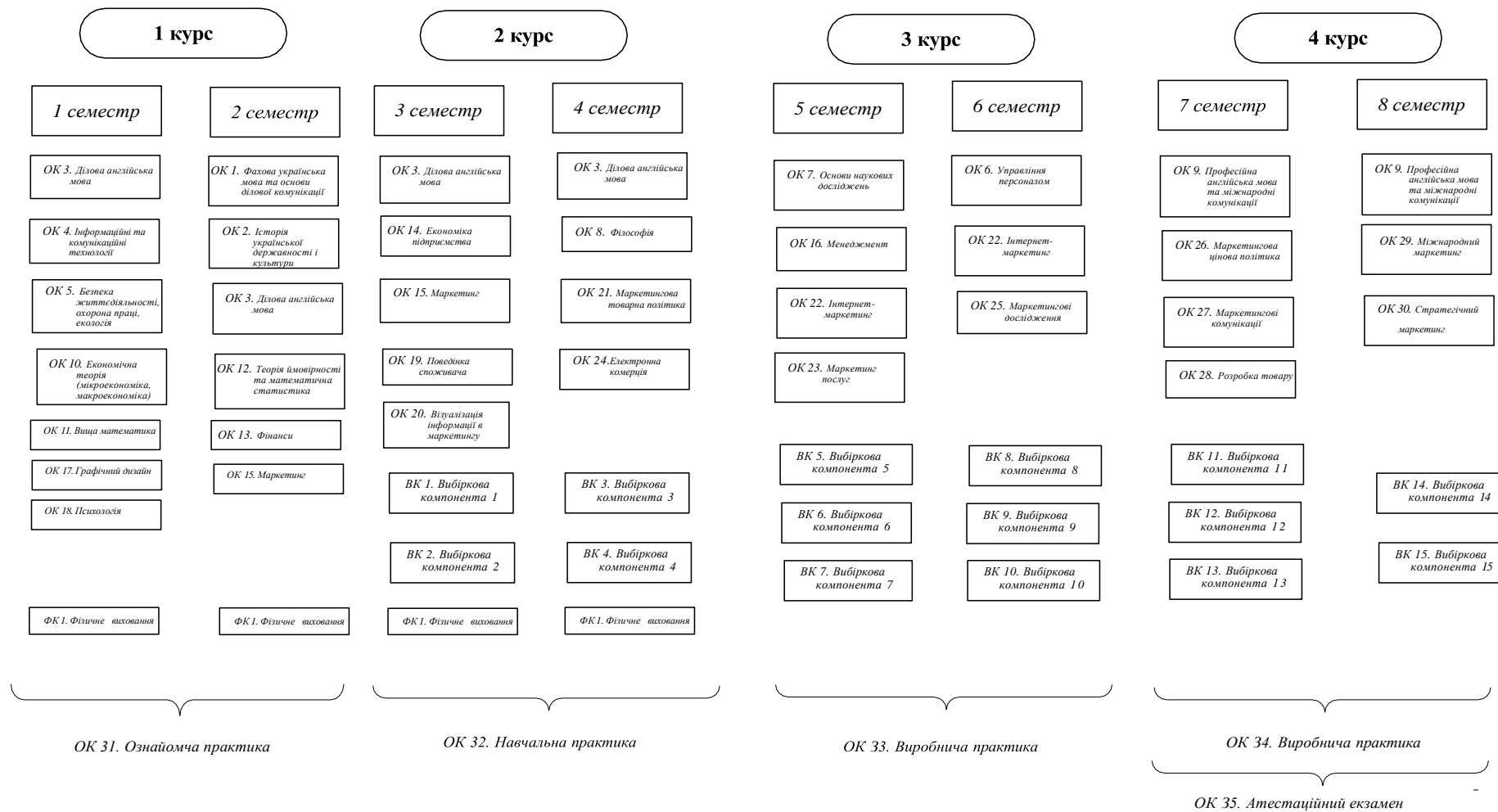
### 2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
<b>Обов'язкові компоненти освітньо-професійної програми</b>			
ОК 1.	Фахова українська мова та основи ділової комунікації	4	екзамен
ОК 2.	Історія української державності і культури	4	екзамен
ОК 3.	Ділова англійська мова	16	екзамен, залік
	Українська мова (як іноземна)*	9	екзамен
ОК 4.	Інформаційні та комунікаційні технології	4	екзамен
ОК 5.	Безпека життєдіяльності, охорона праці, екологія	4	залік
ОК 6.	Управління персоналом	4	екзамен
ОК 7.	Основи наукових досліджень	4	залік
ОК 8.	Філософія	4	екзамен
ОК 9.	Професійна англійська мова та міжнародні комунікації	8	екзамен, залік
ОК 10.	Економічна теорія (мікроекономіка, макроекономіка)	5	екзамен
ОК 11.	Вища математика	5	екзамен
ОК 12.	Теорія ймовірності та математична статистика	5	екзамен
ОК 13.	Фінанси	4	екзамен
ОК 14.	Економіка підприємства	5	екзамен
ОК 15.	Маркетинг	8	екзамен, залік
ОК 16.	Менеджмент	5	екзамен
ОК 17.	Графічний дизайн	4	залік
ОК 18.	Психологія	4	залік
ОК 19.	Поведінка споживача	4	екзамен
ОК 20.	Візуалізація інформації в маркетингу	4	залік
ОК 21.	Маркетингова товарна політика	5	екзамен
ОК 22.	Інтернет-маркетинг	7	екзамен, залік
ОК 23.	Маркетинг послуг	5	екзамен
ОК 24.	Електронна комерція	3	залік
ОК 25.	Маркетингові дослідження	5	екзамен
ОК 26.	Маркетингова цінова політика	4	екзамен
ОК 27.	Маркетингові комунікації	5	екзамен
ОК 28.	Розробка товару	5	екзамен
ОК 29.	Міжнародний маркетинг	5	залік
ОК 30.	Стратегічний маркетинг	5	екзамен
ОК 31.	Ознайомча практика	6	залік
ОК 32.	Навчальна практика	6	залік
ОК 33.	Виробнича практика	6	залік
ОК 34.	Виробнича практика	6	залік
ОК 35.	Атестаційний екзамен	2	екзамен
<i>Загальний обсяг обов'язкових компонент</i>		<i>180</i>	

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
<b>Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми</b>			
ВК 1	Вибіркова компонента 1	4	залік
ВК 2	Вибіркова компонента 2	4	залік
ВК 3	Вибіркова компонента 3	4	залік
ВК 4	Вибіркова компонента 4	4	залік
ВК 5	Вибіркова компонента 5	4	залік
ВК 6	Вибіркова компонента 6	4	залік
ВК 7	Вибіркова компонента 7	4	залік
ВК 8	Вибіркова компонента 8	4	залік
ВК 9	Вибіркова компонента 9	4	залік
ВК 10	Вибіркова компонента 10	4	залік
ВК 11	Вибіркова компонента 11	4	залік
ВК 12	Вибіркова компонента 12	4	залік
ВК 13	Вибіркова компонента 13	4	залік
ВК 14	Вибіркова компонента 14	4	залік
ВК 15	Вибіркова компонента 15	4	залік
щої освіти обирають освітні компоненти з «Каталогу вибірових компонент» розміщеного на офіційному веб-сайті СУРА <a href="https://suem.edu.ua/">https://suem.edu.ua/</a>			
<i>Загальний обсяг вибірових компонент</i>		<i>60</i>	
<b>Факультативні компоненти освітньої програми</b>			
ФК 1	Фізичне виховання *	8	диф. залік
<b>Загальний обсяг програми</b>		<b>240</b>	

\* позакредитна компонента

## 2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



### **3. ВИМОГИ ДО НАЯВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

У Східноєвропейському університеті імені Рауфа Аблязова впроваджена система внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти, яка спрямована на:

- удосконалення освітньої діяльності шляхом розробки, затвердження, моніторингу, адаптування освітніх програм до змін у системі вищої освіти;
- щорічне оцінювання університету, науково-педагогічних працівників та здобувачів вищої освіти та висвітлення результатів на офіційному веб-сайті;
- підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників університету;
- організацію освітнього процесу за допомогою сучасних технологій та інформаційних систем університету та кожної освітньої програми;
- забезпечення публічності та прозорості інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- створення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату в наукових, навчальних та методичних працях науково-педагогічних працівників і університету;
- інших процедур і заходів, спрямованих на внутрішнє забезпечення якості вищої освіти в Університеті.

Критеріями розроблення освітньої програми є: потреба суспільства та інтелектуальний потенціал (цінність) програми; зацікавленість університету та ринку праці освітньою програмою; конкурентоздатність фахівців, які здобули освіту за програмою тощо.

## Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання <b>Зн1</b> Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень <b>Зн2</b> Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	Уміння <b>Ум1</b> 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	Комунікація <b>К1</b> Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності <b>К2</b> Здатність ефективно формулювати комунікаційну стратегію	Автономія та відповідальність <b>АВ1</b> Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах <b>АВ2</b> Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб <b>АВ3</b> Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
<b>Загальні компетентності</b>				
ЗК 1				АВ2
ЗК 2				АВ2
ЗК 3		Ум1	К1	
ЗК 4	Зн1	Ум1		
ЗК 5				АВ1
ЗК 6	Зн2			
ЗК 7		Ум1		АВ1
ЗК 8		Ум1		
ЗК 9		Ум1		
ЗК 10			К1	
ЗК 11			К2	АВ1
ЗК 12			К2	
ЗК 13	Зн2	Ум1		
ЗК 14		Ум1	К2	АВ2
<b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</b>				
СК 1	Зн1		К1	
СК 2	Зн2	Ум1	К1	
СК 3		Ум1	К1	
СК 4	Зн2		К1	АВ2
СК 5	Зн2	Ум1		
СК 6	Зн2	Ум1	К1	
СК 7	Зн2	Ум1	К1	
СК 8	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



